

第4号

日本うどん学会誌

うどん道

Dec., 2007

日本うどん学会

since 2003

Japan Udon Association

目 次

巻頭言 「就任挨拶に代えて」(会長・佃 昌道)	1
ご挨拶 「“うどん道”道の空」(前会長・三宅 耕三)	2

<基調講演>

「四国三郎・吉野川麺紀行」の実施概要について	3
清重 泰孝(財・徳島県観光協会 理事長)	

<自由論題研究報告>

(1)「なぜ『讃岐うどん』は商標登録できなかったか」～商標検索の仕方から権利化まで～	9
堀家 和博(弁理士)	
(2)「“さぬきの夢2000”のブランド力についての一考察」	11
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)	
佃 昌道(高松大学)	
(3)「かけうどんの価格比較」～四国圏内を中心に～	22
箱崎 明希・大西 美穂・菅香 奈瑛・川又 雅・安川ひかり	
森貞 俊二(松山東雲短期大学)	
(4)「食育に果たすうどんの役割および可能性に関する一考察」	30
数納 朗(社・日本農業法人協会)	
石崎 和之(株・流通システム研究センター)	
小泉 隆文(東京福祉大学・大学院)	
石塚 哉史(財・日本こんにゃく協会)	
(5)「出雲そば虚実」～神在月出雲全国そばまつりと出雲そば～	46
川上 正夫(有・ワンライン)	
(6)「日本のめん文化」～手延べそうめん～	63
植田 和美(四国大学短期大学部)	
高橋 啓子(四国大学生生活科学部)	
(7)「売れるUDONとは」～おばあちゃんのうどんからペットうどんまで～	71
峯俊 雄一、鈴木 尉継、武林 美樹、高橋 俊一	
武林 正樹(株・セント・レディス)	
(8)「麺の文化地理学」序論	74
奥山 忠政(季刊誌『麺の世界』)	

<特別研究報告>

(9)「タイにおけるラーメン店の出店計画について」	77
佐藤 稔(ワイエスフード・株)	

第5回全国大会参加者一覧	80
第5回 総会報告	81
役員名簿	82
日本うどん学会・会則	83
賛助会員	86
第6回全国大会予告	88

巻頭言

就任挨拶に代えて

日本うどん学会

会長 佃 昌 道



早いもので、日本うどん学会も5回の全国大会を実施することができました。三宅先生から、「佃君、今度、善通寺でうどん学会の大会があるけれど、参加しませんか」とのお知らせをいただいたことが、つい昨日のこのように思えてまいります。当時、かがわでは、まさにうどんブームの真っ盛り。まさに、時を得た学会の設立だったと思います。

それ以来、松山、香川、福岡、徳島と、麺の香り高き地をめぐり、うどんの研究が進められてきました。また、発表後の懇親会での情報交換は、私にとって大変興味ある時間でした。5年間にわたり、うどん研究の基礎と、うどんに興味のある全国の人々との絆を創られた三宅会長に、改めて敬意を表するところです。

この度、先生のご都合により小生に会長をとというお話をいただき、大変光栄に思うと同時に、身の引き締まる思いです。諸先輩方を差し置いて、経験の浅い私ごときに会長が務まるのかと、悩み悩みではありますが、三宅先生や副会長の皆様方からお助けいただけると言うことで、お引き受けさせていただきました。また、三宅先生には、筆頭理事として、引き続き本学会にご尽力いただけるということで、先生と二人三脚で、うどんの旅の歩みを、一步一步進めていきたいと考えている次第であります。

讃岐の賢人「弘法大師」さまが、初めての庶民の学校「綜藝種智院」をおつくりになった時に、「物の興廃は必ず人に由る。人の昇沈は定めて道にあり」と記されました。会員皆様方のうどんに対する思いが、学会発展の原資であり、その道を「昇る」力の源となるものと信じます。

本学会は、香川を代表するうどんだけでなく、さまざまな麺を研究対象として取り上げ、多角的に研究してまいりました。今後は、現状に甘んじることなく、三宅先生が導かれた路線を継承しながら、さらに大きな飛躍をしたいと考えております。どうぞ、皆さん、日本うどん学会の下、文化、歴史、振興など多様な角度からのうどん研究が行われ、日本うどん学会が大きく成長するために、三宅先生同様、佃にもご支援、ご協力いただきますようお願い申し上げます。

最後に、次回の第6回大会は、平成20年9月6日(土)に、京都市の種智院大学で開催することになりました。多くの会員の皆様の研究報告ならびにご参加を、心よりお待ちしております。

平成19年11月吉日 研究室にて

ご挨拶

“うどん道” 道の空

日本うどん学会

前会長 三宅耕三

日本うどん学会第5回全国大会は「不思議！麺の宝庫あわ」をメインテーマに残暑厳しい9月15日(土)徳島県の四国大学交流プラザに約80名の参加者を迎え開催されました。

財団法人徳島県観光協会の清重泰孝理事長による「四国三郎 吉野川 麺紀行」と題しての基調講演と会員による9編の研究成果が報告されました。

清重理事長は祖谷そば・半田そうめん・たらいうどん・徳島ラーメンなど吉野川流域で食されている麺製品を「徳島の麺四天王として観光につなげたい」と熱く語られました。

続いてメインテーマに関連する研究成果が4編、その他さぬきうどん等5編の研究が発表されました。その手法は実務経験から分析したもの、データを積み重ねての論証などいろいろでしたが、各研究成果は斬新で示唆に富んだ内容でした。

このようにみると、今回の徳島大会が「あわ麺による町おこし」に僅かながらも貢献できたのではないかと自負しております。

会員やうどんを愛好する人々のお陰で日本うどん学会全国大会の歩みも5年という歳月を重ねることができました。第2回大会から学会誌「うどん道」を発刊し、今回が第4号

です。「うどん道」の歩みを表現するためにサブタイトルを付けてきました。創刊号は「紀行」、第2号は「葛折」、第3号は「暇」をお供に道を進めてまいりました。今回(第4号)は「道の空」と銘打ちしました。

旅の途上ではありますが、今大会を最後に5年間の会長職を引くことになりました。後任には大会の総会で佃昌道氏(高松大学学長)が満場一致で選任されました。「昌道」とは行く道が栄えることです。来年は創設6年目、学会がステップする時期に勢いが一際増すことを願って辞任のご挨拶とさせていただきます。

今後は理事の一人として「日本うどん学会」を支えていく覚悟です。5年間のご支援ありがとうございました。

平成19年11月吉日

編集事務局にて

「四国三郎・吉野川麺紀行」の実施概要について

(財)徳島県観光協会
理事長 清 重 泰 孝

○ はじめに

この度、日本うどん学会の徳島大会が開催されるに際し、当協会にお越し頂いた関係者の方々から大会開催に向けたお話を伺っているなかで、徳島県の誇る【4つの麺】やこれを切り口とした「四国三郎・吉野川麺紀行」をかつて実施したこと、秋の国民文化祭の開催に向けてこれらの麺等を紹介する「とくしま味めぐりマップ」を制作する予定であること等を申し上げたことが発端となり、基調講演という誠に栄誉な機会を賜ることになりました。

大会を徳島県で開催して頂いたことを含め、心から厚くお礼申し上げますとともに、基調講演の概要を発表させていただきます。

○ 「四国三郎・吉野川麺紀行」について

1 徳島の大自然・山海里の幸が育む豊かな食文化

徳島県は、太平洋や紀伊水道、瀬戸内海に沿い、四国第二の高峰剣山をはじめとする山並み、母なる大河四国三郎吉野川や那賀川、海部川などの水系とその洪積平野など大自然に恵まれるとともに、海・山・川・里の幸が潤沢・豊富にあり、様々な郷土料理や伝統食などの食文化が根付いている地である。

その代表的な特産品であるすだちや鳴門金時、レンコン、鳴門わかめや鳴門鯛、はも、鮎やあめご、阿波尾鶏や阿波牛、阿波ポークなどなど、山海里の旬の食材を数点以上使った「ぞめき料理」、また伊勢エビや車エビ、緋扇貝など海の幸を使った「海賊料理」、平家落人伝説で名高い大歩危・祖谷地区の「そば米雑炊やでこまわし」、「ひらら焼き」などは、いずれも自慢の郷土料理である。

さらに、徳島県は「麺大国」ともいえる地であり、20世紀最後のご当地ラーメンとして脚光を浴びている「徳島ラーメン」のほか、「御所のたらいうどん」や「半田そうめん」、「祖谷そば」が人気で大好評を得ている。

2 実施経緯

J R 四国主催の「四国三郎・吉野川麺紀行」は、筆者が約10年前のJ R 四国旅行業事業部長在任中に徳島県等の支援・協力を得て企画・実施したものであるが、そのきっかけは、当時のJ R 四国梅原社長（現在は会長）の「君の出身地の徳島には様々な【麺】があるが、何とかならないのか」という一言であった。

常日頃から、「四国のお役にたつ会社、四国と共に発展する会社」を経営指針に掲げ、J R 四国とそのグループ企業の総帥として、またJ R 四国と四国4県で構成する四国観光立県推進協議会等々の諸事業を通して、四国から全国に向けた情報発信や四国への観光客誘致など交流人口の拡大に

向けた取組等を、東奔西走・率先垂範しておられた社長の直言であり、観光開発面で重みのある一言でもあった。

後述のような企画概要を報告のうえ了解を得るとともに、時あたかも神戸・鳴門ルート of 全通直後であったことから、徳島県への誘客事業として当時の徳島県知事の支援等をも得ながら秋頃から調査を開始し、平成11年の春から実施する運びとなったものである。

3 概要

(1) 目的等

郷土自慢である【麺】等を切り口とした新たな観光施策による交流人口の拡大策を講じることで、徳島県における地域の活性化を図るとともに、JR四国にとっても地域密着や地域に貢献し得る施策展開を通して、企業イメージの向上と鉄道部門の利用促進に繋げられることから実施したものである。

「地域とともに歩む、地域思いの会社づくり」、「地域に愛され、利用される会社づくり」は、今も変わらぬJR四国の企業理念である。

(2) 企画背景

当時も今も大きく変わらない旅行トレンドは、「グルメ志向」、「健康志向」、「体験学習志向」、「安・近・短傾向や旅行形態の変化」等であり、これらの要素を盛り込むとともに、「何時でも、誰でも、気軽に参加できる旅行形態」にすることを最重要コンセプトとした。

・グルメ志向について

徳島ラーメン、御所のたらいうどん、半田そうめん、祖谷そばという郷土自慢の四つの【麺】の特色に加えて、最寄りのJR四国の駅長がお勧め店を紹介するなど食べ歩きができるようにし、それぞれのお店を麺紀行の協力店として登録し、協力を得る体制とした。

この企画に際して、徳島4大麺以外の麺で「佐野しいたけうどん」、「美濃田そば」、「洋蘭めん」、「もち麦麺」が加わったことを特記しておきたい。

・健康志向

ウォーキングブーム等を考慮し、JR四国の最寄り駅からの距離や所要時分などのウォーキング情報をマップに掲載し、歩いて訪ねる小旅行形態とした。

・体験学習志向

郷土の自然や歴史、文化等を再発見する喜びや見聞を広められる喜びなどを享受して頂けるよう、史跡名勝地や観光体験施設などを紹介することとした。

・「安・近・短傾向と旅行形態の変化」

いわゆる旅行会社が主催する募集型の旅行商品ではなく、「思い立ったら、一人でも、何時でも、気軽に、財布の中身を気にせず、参加できる日帰り小旅行」の形態とした。

(3) 商品の具体的な内容

①四国三郎・吉野川麵紀行10コース設定

J R 四国の徳島県内の主要駅に発着するコースを10コース設定し、それぞれをA4版サイズの表裏印刷で各1万枚作成し、駅等でお客様に配布した。

各コースは、イラスト風のウォーキングマップを掲載し、情報として歩行距離や所要時分、史跡名勝地や観光・温泉施設とそのガイド、駅長お勧めの麵どころなどを掲載した。

- ・ 祖谷そばと秘境かずら橋遊湯コース

土讃線大歩危駅～西祖谷かずら橋間、約13km、所要時間約4時間30分

- ・ 祖谷そばと大歩危・小歩危峡満喫コース

土讃線阿波川口～大歩危駅間、約14km、所要時間約4時間20分

- ・ 佐野しいたけうどんと四国のへそ満喫コース

土讃線阿波池田駅発着、約6km、所要時間約2時間

- ・ 美濃田そばと美濃田の淵・加茂の大楠探訪コース

徳島線阿波池田～辻駅間、約8km、所要時間約3時間

- ・ 半田そうめんと貞光二層うだつの町並み・寺町散策コース

徳島線貞光駅発着、約11km、所要時間約3時間45分

- ・ 洋蘭めんと清流穴吹川・うだつの町並みコース

徳島線穴吹駅発着、約15km、所要時間約5時間

- ・ たらいうどんと御所温泉遊湯コース

徳島線鴨島駅発着、約16km、所要時間約5時間

- ・ もち麦麵と和三盆糖の里探訪コース

高德線板野駅発着、約10km、所要時間約3時間30分

- ・ 徳島ラーメンと藍の里探訪コース

徳島線石井駅～府中駅間、約14km、所要時間約5時間

- ・ 徳島ラーメン麵三昧と阿波の城下町散策コース

徳島駅～牟岐線二軒屋駅間、約6km、所要時間約2時間

②麺紀行の告知宣伝キャンペーンの展開について

このキャンペーン展開による集客効果を最大限に高めるため、①麺紀行10コースのマップ制作と配布、②特定日にウォーキングイベントの実施、③幟やステッカーの制作と配布、④マスコミ等に対するパブリシティ提供等々告知宣伝を徹底した。

③「四国三郎・吉野川麺紀行」以降のキャンペーン展開等について

平成11年春から開始したこのキャンペーンは、企画意図とは若干異なるもののマイカー利用によるお客様の参加等もあり、地域の日帰り小旅行として好評を得たことから、展開エリアを吉野川流域に限らず徳島県全域をエリアとした「とくしま湯めぐり麺紀行」などとして継続展開された。

また、今秋の国民文化祭の開催にあわせて制作・配布中の(財)徳島県観光協会による「とくしま味めぐりマップ」も、筆者が現在協会理事長の立場にあることから実現したものである。

(4) 徳島県が誇る「4大麺」の紹介

①祖谷そば

・平家の落人伝説で名高い三好市祖谷地方は、四国第2の高峰剣山系など急峻な山岳地帯にあり、「そば」は、やせ地で寒冷・高地、昼夜間の温度差が大きいこの地の気象条件等に適応し、かつては焼き畑で栽培され、主食がわりにされていた。

徳島在来種である祖谷そばは、小粒ながら粘りが強く、風味が濃いのが特色で、徳島県立工業技術センターによる「祖谷産と北海道産のそば比較」では、小粒であるが故にそば粉に天皮が多く含まれることから、ナトリウムや鉄、カルシウムやカリウム、ポリフェノール、ルチンなどの含有量において祖谷産がすべて優勢との研究成果を発表している。

・祖谷そばは、そば粉をたっぷり使った①少し黒目で太めのそば、②つなぎをほとんど使っていないため短く切れやすい、③そば独特の芳香、滑らかなのどごしと舌触りの良さ、素朴な味わいが特色で、④だしはいりこ、薄めの醤油味でかけそば式の食べ方が主流である。

・祖谷地方には、郷土料理で名高いそば米雑炊のほか、そばがきやそば団子などを食する習慣があるほか、東祖谷の「そば道場」でのそば打ち体験やそば畑のオーナー制度なども実施している。

②半田そうめん

・半田そうめんは、江戸時代からの歴史があり、同地の船頭が冬場の仕事として奈良の三輪地区から技術を持ち込んだのが起源といわれ、吉野川上流の良質な地下水と四国山地から吹き下ろす冷たい風が作り上げた独自の麺である。

つるぎ町半田は「そうめんの里」で、現在40業者、年間3500トンを生産しており、細めのそうめんや生そうめん、すだちや杜仲茶入りそうめんもある。

半田そうめんの大きな特色は、一般的なそうめんの太さ1.3mm以下に対して普通の半田

そうめんは 1.5 ～ 2.3mm と太いことである。

さらに、徳島県立工業技術センターによる三輪・播州・小豆島の各そうめんと比較では、麺の硬さは同じだが力を加えてから切れるまでのひずむ割合に関して半田そうめんが最も高いうえ、ゆでた後のコシの持続性も高く、ゆでた麺の太さも半田が 1.6mm、他は 0.7 ～ 0.8mm との研究成果を発表している。

・半田そうめんは、やや太めで「コシ」が強く、「甘み」があり、半田そうめん音頭にも「コシの強さに、ノドが鳴る」と歌われている。

歯ごたえと風味は格別で、夏は冷たく・冬は温かくして賞味、鍋に入れても煮くずれしないのが自慢である。

③御所のたらいうどん

・麦作が盛んで古くからうどんを主食としていた阿波市土成地区では、たらいうどんは山仕事に従事していた人たちの仕事納めのご馳走で、かつては茹であげた釜のうどんを囲んで食べる風習から「釜抜き千本」と呼ばれていた。

後に、飯盆に移して食べるようになったことが広まり、「御所のたらいうどん」と呼ばれるようになった。

御所の地名は、土御門上皇がこの地で崩御された由来ともいわれており、香川県境に近い阿波市宮川内谷川に沿って、10軒のたらいうどん店があり、いずれも溪谷美を眺めながら食べられる風情が好評を博している。

・御所のたらいうどんは、コシの強い太めの手打ち麺で、つるんとしたのど越しが好評。かつての主流であったジンゾク（ハゼ科の一種）を使っただし汁は淡泊で風味があったが、現在では一部を除きいりこや鰹節を用いている。

たらいに入った湯だめのうどんをだし汁につけながら食べる独特のスタイルが人気で、お客様の注文後、生麺を茹でるため少々時間がかかる。

・すぐ近くの道の駅「どなり饗の館」では、手打ちうどんの体験コーナーも。

④徳島ラーメン

・徳島ラーメンは、20世紀最後のご当地ラーメンとして、平成10年に新横浜 ラーメン博物館により紹介され、翌年には徳島市内の「いのたに」が出店、同店の黒スープ（＝こげ茶色）・豚バラ肉・生卵の中華そばは、強烈なビジュアルインパクトを与え、マスコミの特集企画と相まって、「徳島ラーメン」として全国の脚光を浴びた。なお、この呼称はマスコミによるもので、地元では一般的に中華そばと呼ばれており、お店の看板にも中華そばと表示している店舗が大半を占めている。

さらに、徳島県内には、麺自体やスープの使用食材・色や味付け、トッピングなどが異なる多種多様な地元店舗のほか、全国フランチャイズ系の店舗などが林立して営業している全国有数の「ラーメン処」である。

・徳島ラーメンの麺は、縮れの少ない短め、柔らかめの中細麺や細麺などがあるほか、スープに関しては白、黄、黒の3種類がある。

徳島県のラーメンのルーツである小松島市の屋台系は、白スープで白濁の豚骨・鶏ガラ使用の薄口醤油味、「いのたに」系は、黒スープで白濁の豚骨使用の濃い口醤油味、全国的な中華料理店系は黄の澄んだスープである。

さらに、フランチャイズ系にはこれらと違った麺やスープがあるのも特色。

一方、具に関しては、豚バラ肉の甘辛煮や生卵をおとした「いのたに」系の店やチャーシューや煮卵を使用した店の双方がある。

・徳島県では、ラーメンを「おかず」としてご飯と一緒に食べる人が多く、この食習慣が様々なラーメン店を賑わせている一因となっているのかもしれない。

○ おわりに

この度の日本うどん学会徳島大会に参加させて頂き、「麺の多様性、奥行きの高さ」を再認識させて頂いたこと、関係者の皆様方がそれぞれの立場で様々なジャンルの研究成果を発表され、それを伺う良い機会を賜ったこと等について、重ねてお礼を申し上げ、私の拙文を結ばさせて頂きます。

関係各位の、今後益々のご発展とご健勝を祈念申し上げます。

なぜ『讃岐うどん』は商標登録できなかったか

～商標検索の仕方から権利化まで～

堀 家 和 博
(弁理士)

『五島手延べうどん』のように、地域の特徴的な商品等に地域名を付加した「地域ブランド」を保護することにより、産業競争力の強化と地域経済の活性化を支援することを目的として、2006年4月1日から特許庁の「地域団体商標制度」がスタートしました。

しかし、私の地元香川の『讃岐うどん』は商標登録どころか、出願もされておりました。そこで、『讃岐うどん』が商標登録されていない原因と、今後『讃岐うどん』が地域ブランドとして登録されるための方策、さらには、各地のご当地麺のブランド化にあたり、その調査の方法を調べました。

2007年9月現在、特許庁の「地域団体商標制度」を利用した出願は747件あり、そのうち登録されたのは、286件あります。(例えば、『沖縄そば』、『和歌山ラーメン』、『五島うどん』等)つまり、制度ができてからの約1年6ヶ月で、461件が拒絶されているということです。

そこで、うまく「地域ブランド」を登録するポイントをまとめました。

- ① 事業協同組合、農業共同組合等であること。
- ② その組織の者（自営業者等）に使用させるものであること。
- ③ 有名であること。（隣接都道府県の範囲でよい）
- ④ 『地域の名称+商品名』であること。
- ⑤ ブランドと商品とに関連性があること。

※例えば、「ブランド『五島うどん』を商品『五島列島産のうどん』に用います。」と出願書類に記載する。

- ⑥ 一般名称（辞書に掲載されている言葉）化していないこと。

※特許庁の審査では、「大辞林」等に載っていた場合、拒絶されます。

以上、6ポイントを満たせば、地域ブランドは登録され、それを使用して独占的に営業できます。

では、なぜ『讃岐うどん』は、登録・出願できなかったのでしょうか。

それは、香川県内に2以上の「有名である」業者がおり、その有名性に甲乙つけがたい状況であるため、仮に複数の業者が出願をしても、特許庁は出願をしたすべての業者を拒絶するだろうと予想されるからです。そこで、もし『讃岐うどん』を登録するならば、複数の業者を統合する、もしくは共同出願をする方法があるでしょう。

※実際に、『松阪牛』は松阪農業共同組合、多気郡農業協同組合等の11の組合による共同

出願として登録されています。

また、『讃岐うどん』が、一般名称（例えば、『薩摩芋（さつまいも）』のように辞書にも載るようなことば）と、特許庁に判断される恐れもあります。しかしこれは、『本場讃岐うどん』のように「本場」又は「元祖」をつけたり、登録されるまでの特許庁とのやりとりで一般名称化していない根拠を主張するなどの方法があります。

最後に、特許庁がスタートさせたこの制度は、「地域経済の活性化」のために設けられております。そこで、実際に商標登録されるまでに必要な費用と、節約のコツをご報告します。

通常、特許庁に商標登録を認めてもらうためには、出願に12万円、登録までに合計30万円ほどかかります。さらに、より確実に商標登録を目指される場合には、似たようなブランドが出願されていないか、事前に商標調査を行います。

ただし、この調査を専門家に頼むと余計に5万以上かかります。

そこで、少しでも登録費用を安くするために、自ら商標調査ができる無料検索サイトをご紹介します。下記のサイトは、独立行政法人工業所有権情報・研修館によって運営されており、いわば「国が提供する無料調査サイト」です。この無料サイトで検索された結果がすべてではありませんが、少なくともここで検索されたということは、間違いなく他者の出願もしくは権利に引っかかるということをご留意いただき、今後の商品戦略・ブランドデザインにお役立ていただければと思います。

「特許電子図書館」 <http://www.ipdl.inpit.go.jp/homepg.ipdl>

“さぬきの夢2000”のブランド力についての一考察

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）
佃 昌道（高松大学）

1. 目的

第3次「さぬきうどん」ブーム到来後、6~7年の歳月が過ぎようとしているが、今だ、香川県下の著名うどん店には休日ともなれば、長蛇の列ができています。この状況が今後も続くか、どうかは不明であるが、県内・県外のリピート顧客、新規顧客の来店がある限り「さぬきうどん」の持続的発展の土壌は十分整っていると考えられる。

私たちグループはさぬきうどんが持続的発展を遂げる要因は何かを探るために、これまで2回の調査を実施した。沖縄県・福岡県・岡山県・香川県・愛媛県・徳島県・愛知県の一部の若者を対象にした調査であるが、さぬきうどんに対する知名度、イメージ度、消費行動等の凡その傾向を把握することはできた。

そのうちの「さぬきうどん」を食べた経験をみると、沖縄県を除くと各県とも80%を超えている。とは言え、飲食経験者の内、香川県下のうどん店で飲食を経験した若者は県内在住者を除けば20%以下と低率である。さぬきうどんの知名度は極めて高いが、香川県来訪する若者はそれほど高くないと言える。

このような状況下において香川県は8年の歳月をかけて香川県農業試験場が生み出した地元小麦の新品種「さぬきの夢2000」の小麦を栽培し、この小麦を使用したさぬきうどんが一部のうどん店で平成13年（2001年）から販売されている。

香川県はこの県産小麦を使ったさぬきうどんをPRするためにパンフレットの配布、東京の新橋に構えた県アンテナショップでの実演販売等の販売促進活動を展開している。

さらに、平成16年（2004年）からは「かがわ農産物流通消費推進協議会」による「さぬきの夢2000 こだわり店」を認証する機構を立ち上げて「さぬきの夢2000」の知名度アップと普及に全力を注いでいる。

このような普及活動が展開されているが、「さぬきの夢2000」の若者からみた知名度、認識度、食経験度のデータは乏しい。

そこで、本研究ではこれからのさぬきうどんを支えると考えられる若者が「さぬきの夢2000」をどの程度知っているのか、どの程度食べた経験はあるのか、また、その魅力は何なのか、を沖縄県・福岡県・香川県・愛媛県・徳島県・愛知県に在住する若者（大学生・専門学校生）に聞いた。

この調査をもとに、これからの「さぬきの夢2000」の販売促進方法、さらにはブランド力向上の方向性と課題を検討した。

2. 対象・方法

研究グループのメンバーが関連している短大・大学・専門学校をを対象にアンケート調査を実施した。

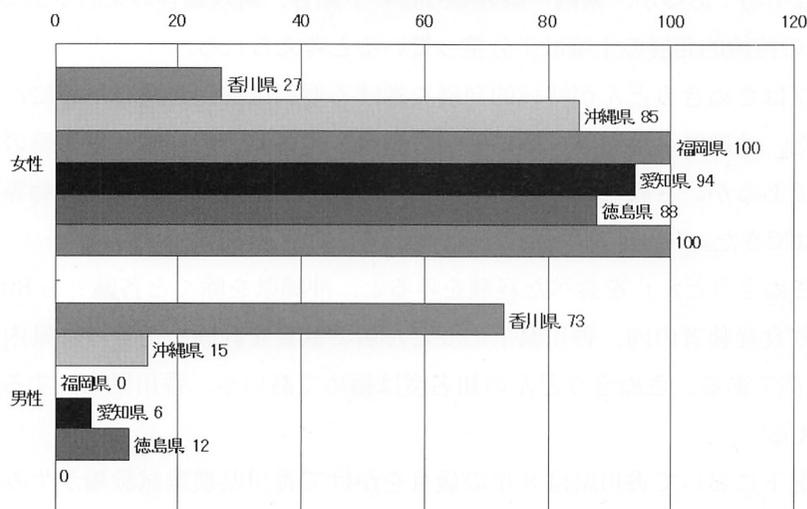
調査日時は調査校の事情により平成18年8月（沖縄県・福岡県・香川県・愛知県）と平成19年5月（愛媛県・徳島県）の2年に亘っている。

別紙の質問11項目の集計及び地域別の傾向を考察した。各問の回答は主たるものを一つ選択した（単数回答）。図の数字は%で示している。

3. 結果

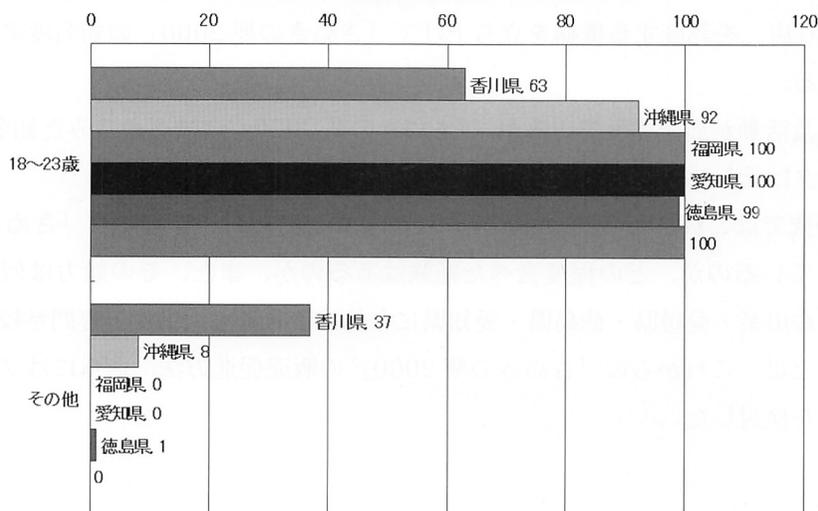
有効回答数511。回答者の学校別（図-1）は沖縄女子短期大学142名（女子短大ではあるが男性も入学、有効回答数の27.7%）、福岡女学院大学50名（9.8%）、四国医療専門学校96名（18.8%）、松山東雲短期大学71名（13.9%）、四国大学120名（23.5%）、愛知みずほ大学32名（6.3%）である。

（図1） 調査対象（性別）



対象年齢（図-2）は18歳～23歳が9割と圧倒的多数を占めて入る。香川県の専門学校は社会人入学生が4割弱を占めている。また、沖縄県の場合も二部（夜間課程）の学生にこの傾向が見られる。

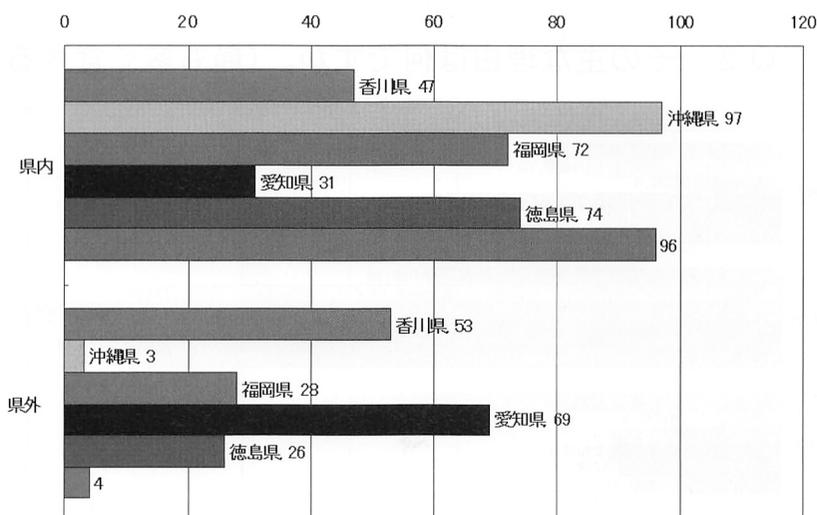
（図2） 調査対象（年齢別）



また、香川県出身の回答者は全体（511名）の1割程度（図-3）である。このデータから本調査は他県出身者からみた「さぬきうどん」の知名度、理解度とみることができる。

以下、11項目の主要な調査データを記入する。

（図3） 調査対象（出身県別）



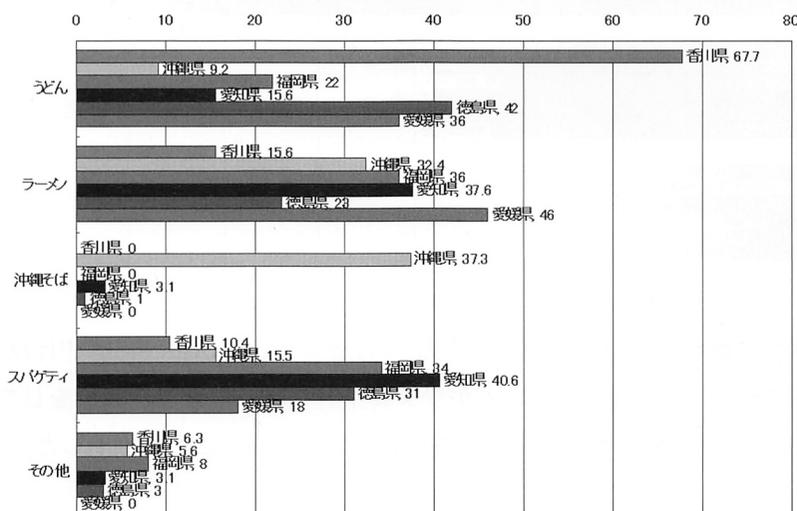
まずは、普段の生活において最も食べる麺類（図-4）について聞いたところ、香川県在住の若者は2/3を超える人がうどん（即席麺を除く、以下同じ）を挙げている。次いで徳島県在住者（以下県名のみ表示）が40%強、続いて愛媛県1/3である。その他の県は10～20%である。

ラーメンでみると、愛媛県が46%とトップであり、次いで愛知県、福岡県、沖縄県の順に僅差（30%台）で並んでいる。徳島県は「徳島ラーメン」を有しながら20%程度、また、香川県の場合は「さぬきうどん」の影響があり低率である。

沖縄そばの場合、沖縄県では40%弱がトップに挙げている。他県は皆無に近いが、愛知県の3%には沖縄県出身者が1名在籍していることが判明している。

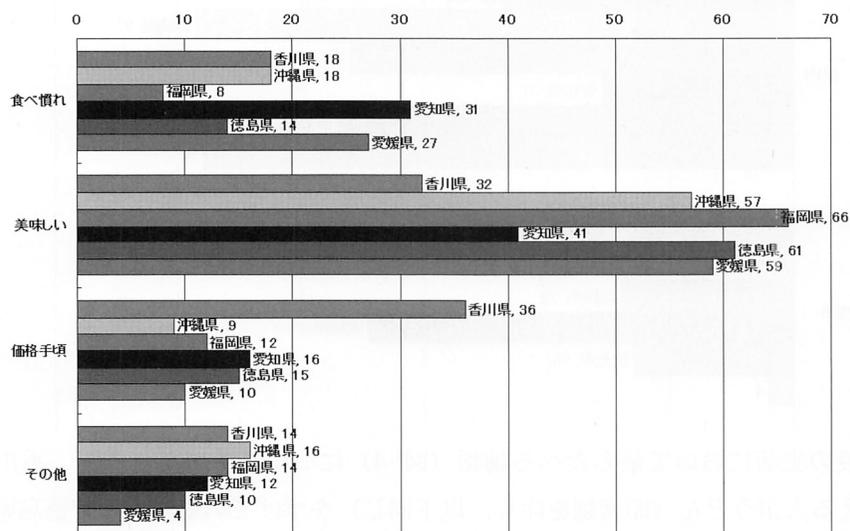
スパゲティの場合、愛知県40%、福岡県・徳島県30%台と続き、6県の平均は20%弱である。その他日本そば等を挙げる若者は各県とも僅かである。上位にランクされた4麺を全体でみると、うどん（29.4%）とラーメン（28.4%）がほぼ並び、その後スパゲティ、沖縄そばと続いている。

（図4） Q1 普段の生活においてお店で最も多く食べる麺類はなんですか。（即席麺を除く）



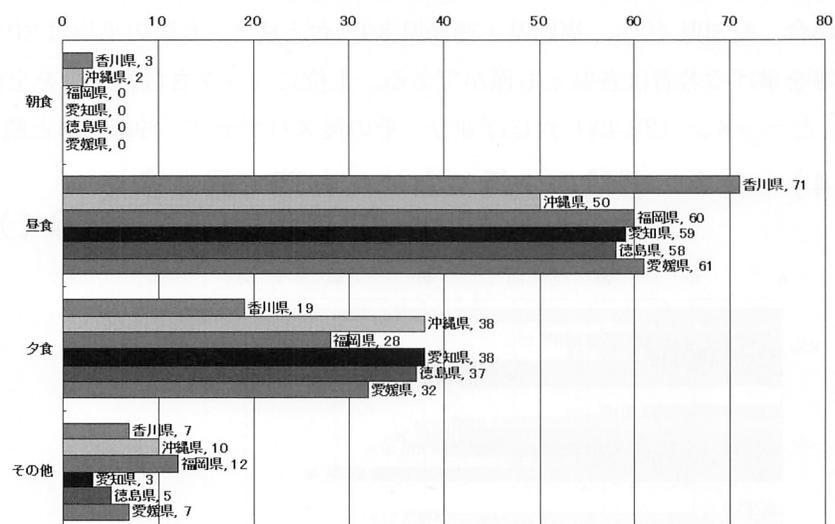
次に、その麺を食べる主な理由（図-5）を聞くと、福岡県（66.0%）、徳島県（61.0%）、愛媛県（59.0%）、沖縄県（56.0%）、愛知県（41.0%）の4県は「美味しい」を食べる理由のトップに挙げている。しかし、香川県の場合は価格が手頃である（36.0%）が美味しい（32.0%）を抑えトップを占めている。例外として、愛知県の場合は「食べなれている」ことを理由に挙げた若者が30%強あった。

（図5） Q2 その主な理由は何ですか。（最も多く食べる麺類）



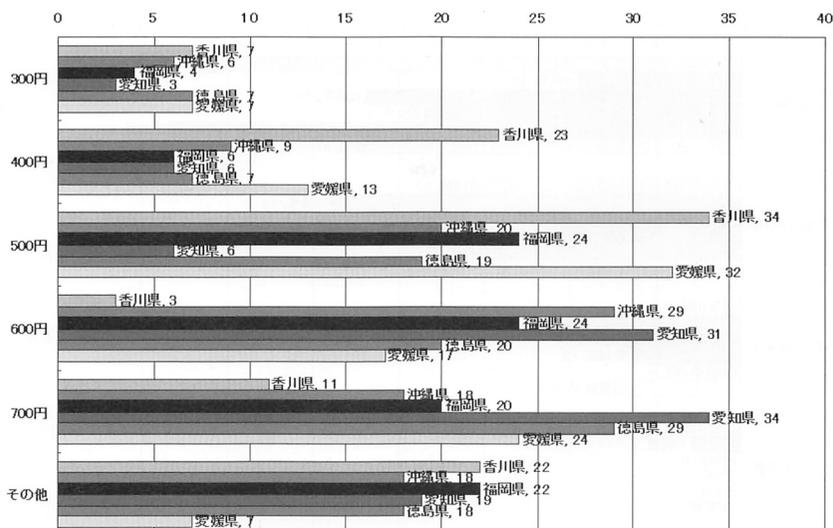
次に、食べる時間帯（図-6）についてはこれまでの調査同様各県とも過半数が昼食として麺類を食べている。なかでも香川県の若者は昼食利用が70%を超えている。逆に、香川県人は夕食利用が10%台であるが、その他の県はほぼ30%を超えている。

（図6） Q3 その主な時間帯は何ですか。（最も多く食べる麺類）



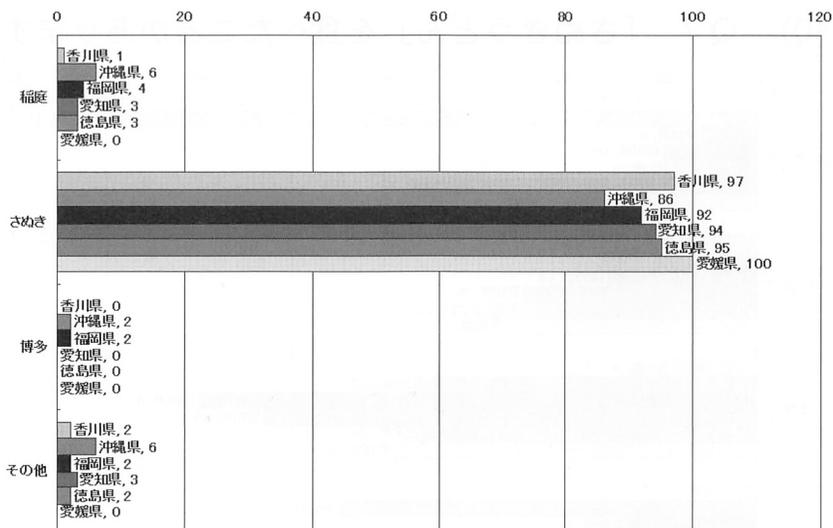
次に、1回の麺類に使うお金（図-7）は香川県の若者の場合、300～500円台が63%を占め、これに300円未満を加えると、約70%の人がワンコイン（500円硬貨）食事をしてしていると推測できる。他県は500～700円台に多く集中し、香川県に比べて高いことが判明した。

(図7) Q4 麺類を食べる場合、使うお金の上限はいくらまでですか。



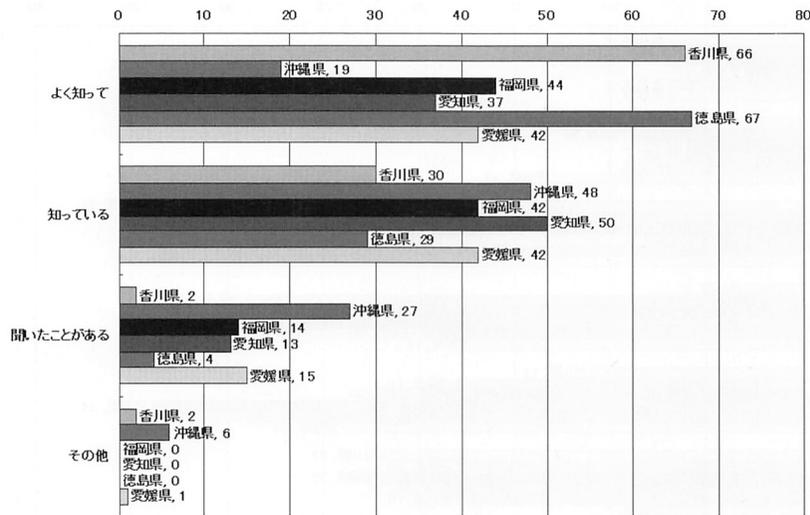
次にうどんのブランドで最も知っている名称(図-8)を聞いたところ、沖縄県を除きすべての県で「さぬきうどん」が95%前後をしめている。沖縄県では86%と他県に比べ若干低い値になっている。「稲庭・博多・その他のうどん」を挙げた人は僅かであった。独自のブランドをもつ「博多うどん」の地元である福岡県人の「博多うどん」支持者は僅か2%である。

(図8) Q5 うどんブランド(名称)で最も知っている名称は何ですか。



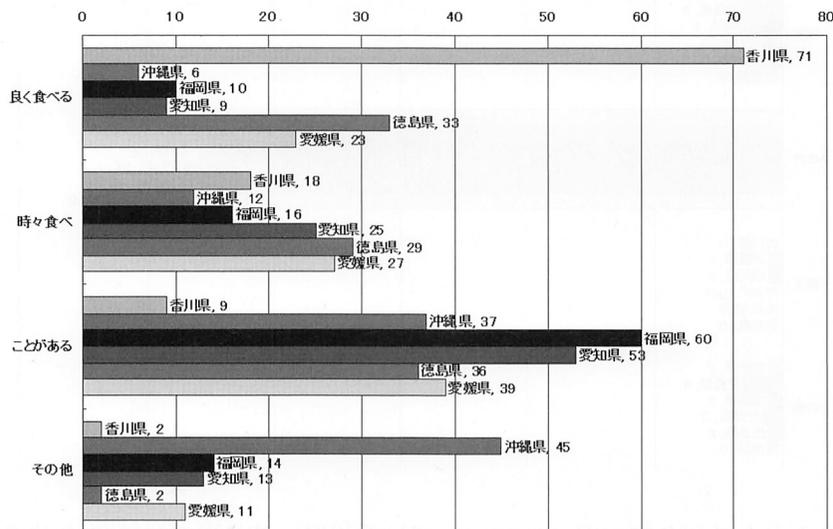
次に、さぬきうどんの知名度(図-9)については香川県・徳島県では2/3の若者が「よく知っている」と反応した。その上に「知っている」を加えると95%以上の知名度である。沖縄県を除く他県も両項目を加えると約85%の若者が「さぬきうどん」のブランド力を認めている。唯一、沖縄県の場合は約30%の若者が「知らない」と回答している。

(図9) Q6 「さぬきうどん」というブランド(名称)を知っていますか。



次に、「さぬきうどん」(即席麺を除く)を食べた経験(図-10)について、香川県の若者は「よく食べる」「時々食べる」を合わせると約90%が経験している。次いで、徳島県が60%強、愛媛が50%と続いている。その他の県は20~30%であるが、「食べたことがある」まで広げると、福岡・愛知県とも85%を超えている。ただ、沖縄県の場合は半数近い人がまったく食べた経験をもっていない。

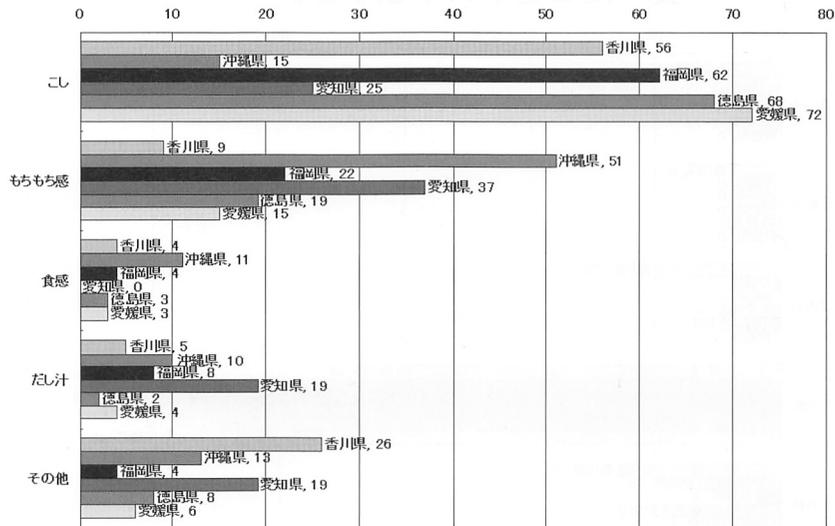
(図10) Q7 「さぬきうどん」を食べたことがありますか。



その「さぬきうどん」(未経験者はイメージで回答)の最大の魅力(図-11)とは、「こしの強さ」であり、トップは愛媛県(72.0%)で、徳島県(69.0%)、福岡県(62.0%)と続いている。

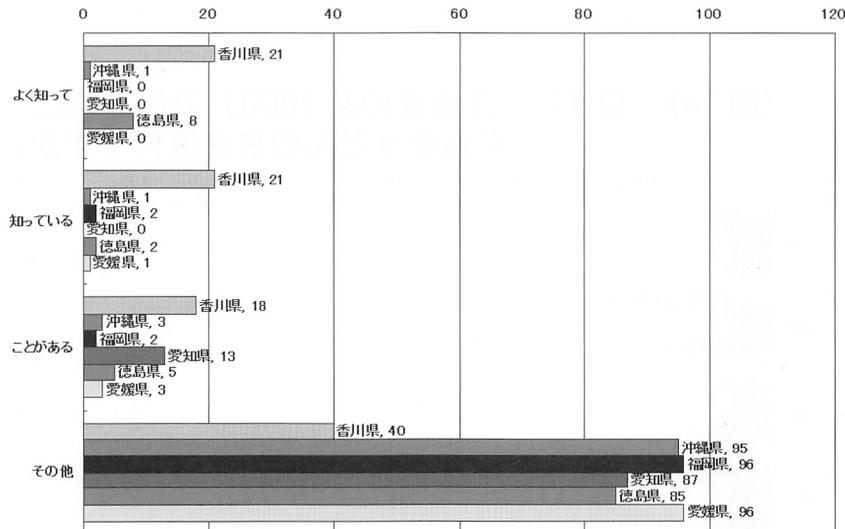
さぬきうどんの本場香川県は50.0%強と高い数字ではない。沖縄県(51.0%)、愛知県(38.0%)は「もちもち感」を挙げる人が多く見られたが香川県は10%弱である。「こし」を意識しない愛知県は「総合力」が20.0%弱、香川県にいたっては「総合力」を挙げる人が1/4を超えている。

(図 11) Q 8 「さぬきうどん」の最大の特徴は何ですか。



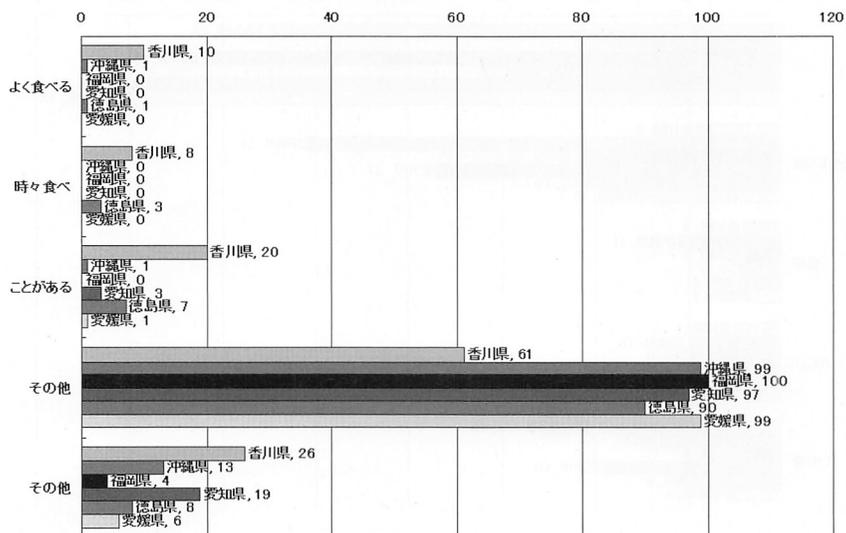
次に、「さぬきの夢 2000」の小麦を使ったさぬきうどんを知っているか（図-12）について聞いたところ、香川県では40%強の若者が「よく知っている」「知っている」と回答したが、他の県ではほとんどの人が「さぬきの夢 2000」のブランドを知らないと回答している。香川県の隣県である愛媛県（96.0%）、徳島県（86.0%）でさえもほとんどの人が知らないと回答している。香川県の若者も「まったく知らない」が40%を占めている。

(図 12) Q 9 さぬきうどんに一部使われている「さぬきの夢 2000」という小麦粉を知っていますか。



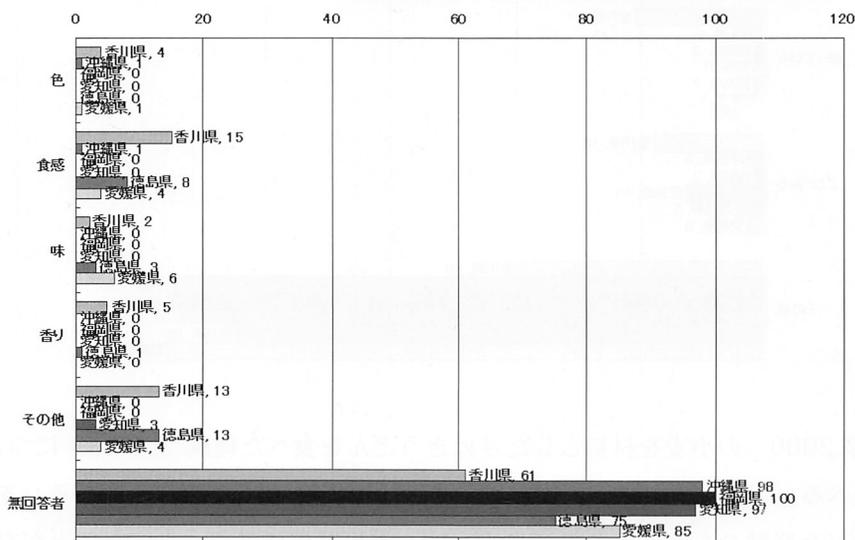
「さぬきの夢 2000」の小麦を材料としたさぬきうどんを食べた経験（図-13）について、香川県では「よく食べる」「時々食べる」を合わせて20%弱である。「食べたことがある」を含めると40%弱の人が食べた経験をもっている。逆に言えば、香川県在住者で「食べたことがない」人は60%を超えている。隣県の徳島県在住者では経験者が10%いるが、その他の県ではほとんどの人が食べた経験をもっていない。

(図 13) Q 10 「さぬきの夢 2000」で作られたさぬきうどんを食べたことがありますか。



最後に、「さぬきの夢 2000」の特徴（利点）について（図-14）、香川県・徳島県以外ほとんどの人が食べた経験をもっていないので、その人たちには「無回答」とした。愛媛県では食べた経験のないものの内一部がイメージで回答している。香川県の場合「食感」が15.0%、「ブランドイメージ」が13%で「色」「味」の認識は極めて低い。食べた経験10%の徳島の場合、「食感」8%、「ブランドイメージ」等のその他が13%を占めている。愛媛県の場合、食べた経験をもたないが「味」「食感」「ブランドイメージ」等をイメージで回答している。その他の県は食べた経験がないので「無回答」が大半であった。

(図 14) Q 11 「さぬきの夢 2000」で作られたさぬきうどんの良さは何ですか。



4. 考察

本研究の主テーマは「さぬきの夢 2000」のブランド力解明であるが、調査項目の流れは「麺」、次に「さぬきうどん」そして「さぬきの夢 2000」の順に考察した。

調査対象県のみで言えば、「うどん」と「沖縄そば」の嗜好度が特異な現象を示している。

このことは「郷土麺（当該地名が麺ブランドとして広く流通している麺）」存在が大きく影響していると考えられる。ほぼ同様の調査である 2005 年の結果¹⁾と比較して大きな変化が見られたのは愛媛県の若者である。前回の調査と比べ「うどん」愛好家が 12 ポイント上昇、逆に「ラーメン」愛好家が 22 ポイント下落している。また、徳島県の若者も「うどん」愛好家が 9 ポイント、香川県 4 ポイント上昇しているが、その他の県は「うどん」支持率を下げている。この 3～4 年間で「さぬきうどん」の本場である香川県と隣県愛媛県・徳島県は「さぬきうどん」の持続的発展の裾野を広げたが、沖縄県・福岡県・愛知県での「さぬきうどん」ブームは完全に鎮火したと見るべきであろう。隣県である両県のポイント上昇の要因は両県での「さぬきうどん」店舗の増加、もしくは高速道路網を始めとする交通アクセスの整備がポイントを押し上げたと推測できる。

大都市である福岡県・愛知県の場合、前回調査同様「ラーメン」「スパゲティ」の支持は両麺拮抗しており、他麺を圧倒する勢いを持っている。両麺は都会の若者をとりこにする魅力を持っていると考えられる。

「なぜ、その麺を食べるのか」この結果から多くの若者が「美味しさ」を求めて麺類を食べていることが分かる。香川県・愛知県を除いた 4 県では約 60% の若者が「美味しさ」を食べる主因に挙げている。香川県のトップである「価格が手頃」は 1/3 強を占めている。さぬきうどんの特徴の一つである「安さ」が前面に出てきたものであり、当然の結果とも言える。同様に、愛知県の場合「食べなれている」が 1/3 弱を占めトップである。これは愛知県の経済力・地域性・嗜好性等が影響を与えていると考えられるが、何をもち「食べなれている」とするかは明白ではない。食する基本が「美味しいものを、安く」であるとするならば、この基本が各地域で少々違って不思議ではない。

麺類の食べる時間帯は前回の調査とほぼ同じであり、60% 以上の若者が昼食として食していることが分かる。この項目でもうどんと沖縄そばが特異な現象をしめしている。香川県のうどんは昼食、沖縄県の沖縄そばは夕食に重きをおいている。前述した郷土麺の食生活習慣が今日に引き継がれていると推察できる。また、価格面では麺類自体の値段（原材料費等）が使う金額に反映された結果であり、この数字をもって各県の特徴を窺うことは容易でない。

このようにみると、若者の麺類消費生活は郷土麺中心に動いている。なかでも香川県の若者は他県の若者とは違った消費行動を示している。このような現象は彼らの特異性ではなく、「うどん」そのものが他の麺と一味違う商品としての特質を持っていると考えられる。

次に、「さぬきうどん」の知名度は他の麺をまったく寄せ付けないブランド力を有していることが分かる。ただ、この調査結果だけで全国的ブランドであるとは言い難いが、愛知県の愛好度を参照すれば、そのブランド力が全国規模であるとも言える。

「さぬきうどん」の知名度をランクで見ると、香川県・徳島県では確固たる地位を築いているが、他の 4 県は 2 県に比べると知名度は若干低い。隣県愛媛の場合、昨今知名度は高まりつつあるが、隣県徳島と比較するとその差が歴然としている。食べた経験度で見ると、地理的条件がよく似通っているにも関わらず、「よく食べるもしくは時々食べる」で見ると、愛媛県が 20% 程度低いこと

がわかる。「うどん」の評価を経験財とみるならば、隣県同士の差はここから生じていると判断できる。愛知県・福岡県と沖縄県の差はうどん店舗数の違いと「沖縄そば」という絶対的切り札がうどんの普及を遮っていると考えられる。

ラオ²⁾らは商品知らない（熟知度が低い）消費者ほど、商品の内部的な手がかり（例、成分）よりも外部的な手がかり（例、パッケージ・デザイン）を用いて品質の推定を行うと報告している。外部的な手がかりに「イメージ」が含まれるとするならば、さぬきうどんを食べた経験が少ない人でもさぬきうどんの特徴を挙げることは可能である。今回の結果には「イメージ」回答があることも事実であろう。

隣県の徳島・愛媛と独自のうどん文化をもつ福岡県は、さぬきうどんの特徴として「コシの強さ」を挙げている。この回答は自県の土着の「うどん」と比較してではないかと考えられる。これに対し、きし麺・煮こみうどんの愛知県、沖縄そばをもつ沖縄県の両県の若者は「もちもち感」を挙げている。この回答は郷土麺にはない「もちもち感」の印象が強いのではないかと推測できる。他県に対し、さぬきうどんの老家である香川県の若者は「コシの強さ」は言うに及ばず、「安い、速い、うまい」のキャップフレーズのように「総合力」を推す若者が1/4占めている。

このようにASW・北海道産等従来の小麦粉を使ったさぬきうどんの知名度が高く、全国ブランドとしての地位を固めつつあるが、「さぬきの夢2000」の小麦粉となると香川県の若者を除いたほとんどの人がまったく知らないことが分かった。香川県場合、「聞いたことがある」までを含めると2/3の人が知っているが、「食べた経験がある」については全体の2/5程度である。「さぬきの夢2000」を使った小麦粉のさぬきうどんは香川県で生産されるうどん全体の5%程度である。この数字はお土産用に供される「半ナマ」を含んでいる。

これらの数字からみると、香川県以外の人知らないのは当然の結果とも言える。また、特徴についても「食べたことがない」「イメージがわからない」「情報もない」からすれば、知名度と同じことが言える。

「さぬきの夢2000」を香川県庁が鳴るもの入りで広報活動している。このPR活動の効果を知らずともないが、その目的は何かを知りたい。「さぬきの夢2000」の品質の良さはリーフレット等の印刷物に記載され、関係者に配布されているが限なく県民に届いているようには思えない。6年近く広報活動をしたにも関わらず、この程度の知名度である。製品自体に問題があるのか、それとも流通システムか、若しくは広報活動の方法か、いくつかの問題点があることは事実であろう。

このような事実からすると、「さぬきの夢2000」の小麦の作付面積は現状維持もしくは若干の増加で十分である。知名度アップが現実的になるまで、作付面積の大幅な増加は見送ることが賢明である。「にわとりが先か、たまごが先か」の議論の域とは到底考えられない。

さぬきうどんの持続的発展を望むなら、ASW等の既存の小麦粉を使用した「さぬきうどん」のブランド力アップに全力を注ぐことこそが現実的であり、「さぬきの夢2000」のうどんは「特別食」としての「ハレ」の扱いが妥当であろう。

5. 結論

- ①平成17年（2005年）以降の調査結果とほぼ同じように若者の麺類消費行動（嗜好度）は地域別に差がでていいる。なかでも著名な郷土麺をもつ地域（香川県・沖縄県）の嗜好度は他麺を圧倒する支持を得ている。

- ②これまでの2回の調査結果と比べた「うどん」嗜好度は香川県ではほぼ同じであるが、愛媛県・徳島県での嗜好度が高まっている。この結果、「さぬきうどん」の嗜好度は香川県（県庁所在地高松市）と距離が短いほどその値が高いことが判った。この点については、「さぬきうどん」のPR効果と店舗の増設が隣県に及んでいると考えられる。
- ③「さぬきうどん」の知名度は西日本（愛知県以西）では100%近い。その特徴は「コシの強さ」と「もちもち感」が各県とも群を抜いているが、意外にも香川県では全体のバランス感覚、つまり「総合力」を推す若者が多いことが判った。
- ④「さぬきの夢2000」の小麦を使ったさぬきうどんの知名度は、香川県を除くとゼロに近い。香川県でも半数強が食べた経験もなく、その名前さえ知らない若者が40%いることが判った。それゆえ、「さぬきの夢2000」の特徴を挙げる若者はいない。唯一、食べた経験をもつ香川県の若者の一部が「食感」を挙げているのが目立つ程度である。

香川県庁がPRする「さぬきの夢2000」の特徴は食べれば万人が理解できるのだろうか、疑問が残る結果である。

県内と県外の情報量の差は天と地である。この差は若者だからなのか、それとも一般的なのか不明である。また、県内の場合も同様のことが指摘できる。生産量が少なく、「さぬきの夢2000」を使った「さぬきうどん」を提供するうどん店が少ないことも要因である。

香川県庁の広報活動と実際の販売量間にミスマッチが生じている。今後、この差をどう埋めていくか、「さぬきの夢2000」のブランドカアップの試金石になることは確かであろう。

注 1) 三宅、森貞、上田、武林、松井「若者の麺類消費にみる麺市場の動向」日本うどん学会誌「うどん道」第2号 p.33 (2006)

2) Rao AR, Monroe KB, The moderating effect of prior knowledge on cue utilization in product evaluations, Journal of Consumer Research 15, 1988, 253~264

かけうどんの価格比較 ～四国圏内を中心に～

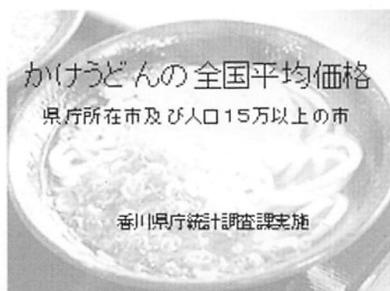
箱崎明希・大西美穂・菅香奈瑛・川又 雅・安川ひかり
森 貞 俊 二 (松山東雲短期大学)

<研究目的>

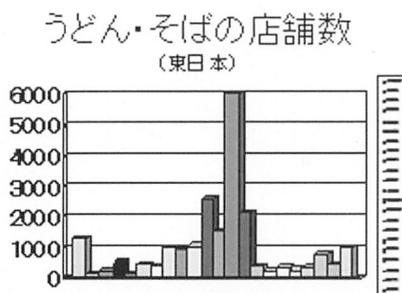
目下、オーストラリアの小麦の凶作で、安価で手ごろな日常食としてのうどんの値段が、近い将来上昇するのではないかとの危惧がされている。このような状況の中で、全国ならびに四国圏内のうどんの価格を比較分析することによって、今後うどんの価格がどのように推移し、また、それに対してどのような方策を立てればいいのかなどといった指針を得ることを研究の目的としている。

<研究方法>

うどんの価格情報を提供してくれているネット検索を中心に行ったが、これには限界があることを痛感したので、途中からは、うどん屋さんの電話番号を調べ、直接お店に電話をかけてかけうどんの値段を教えていただいた。

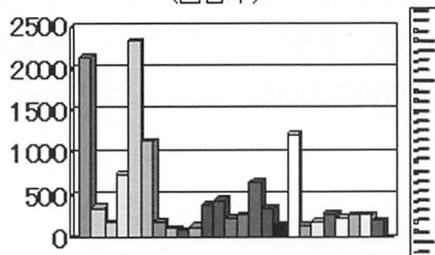


ネット検索をしていたら、香川県庁統計調査課が全国の県庁所在地と人口が15万以上の市を対象にした「うどん・そばの店舗数とかけうどんの価格調査データが見つかったので、始めにそれを紹介する。



左の図は、東日本のうどん・そばの店舗数をグラフ化している。このダントツのグリーンは、東京都で5,999店舗もある。次いで、埼玉の2,588店舗、そして3位が神奈川の2,156店舗となっている。この3都道府県の人口は、東京都が12,571千人、埼玉、7,054千人、そして神奈川県が8,791千人とかなりの人口を抱えているから、うどんや蕎麦屋さんの数が多いのも当然といえば当然かもしれない。

うどん・そばの店舗数 (西日本)



これは、西日本のうどん・そばの店舗数をグラフ化したものである。オレンジの棒が大阪府で2,323店舗、ブルーが愛知で2,133、白が福岡で1,227、そしてオレンジが兵庫で1,155店舗となっている。やはり人口の多い都道府県はうどんや蕎麦屋さんの多いことが分かる。

ちなみに四国四県では、香川県が665店舗、愛媛県が351、徳島が256、高知が140店舗となっている。新しい情報では、香川県は800店舗まで増えているようであるが、香川県庁の統計調査課が調査した時点では、665店舗となっている。それでも四国四県のなかでは、ダントツにうどん屋さんの数が多いといえるのではないだろうか。

北海道



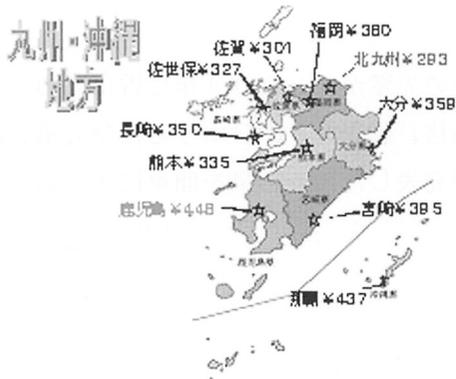
かけうどんの価格について、北海道からブロックごとに見ていくことにする。

これは、北海道ブロックであるが、札幌が494円、函館403円、旭川が397円となり、小麦の生産高が日本一の北海道で、何故こんなにかけうどんの値段が高いのか、理解に苦しむところである。

東北地方



このスライドは東北地方であるが、郡山の523円、仙台490円、山形の465円と、結構、東北地方もかけうどんの価格の高いことが分かる。ただ、このなかで、秋田だけは323円と他のところと比べると、安くなっているが、これもその背景について、今後も継続して研究してみたいと思っている。



九州・沖縄地方でも、鹿児島の448円、那覇の437円の除くと、北九州の293円を筆頭に、佐賀の301円、佐世保の327円などと、ほとんどのところが300円代となっている。

四国地方



最後に四国地方であるが、高松の255円は全国で最もかけうどんの値段が安く、次いで徳島と松山がほぼ同じの317円と318円となっている。

四国の中でも、高知は473円とかなり高い結果となっており、これもその理由などを調べてみたいと思っている。また、高松の255円が全国で一番安いとはいえず、中には、70円や100円などの驚くような安いうどん屋さんがあることも忘れてはならないと思う。

全国低価格ベスト5

第1位 香川 ¥255

第2位 北九州 ¥293

第3位 東大阪 ¥300

第4位 佐賀 ¥301

第5位 和歌山 ¥304

このスライドは、今まで報告した全国のかげうどんの安いベスト5を抜き出したものだ。

勿論、第1位は、香川で255円、第2位は北九州の293円、第3位は東大阪の300円、第4位は佐賀の301円、第5位は和歌山の304円となっている。

全国高価格ベスト5

第1位 立川 ¥587

第2位 静岡 ¥557

第3位 新潟 ¥550

第4位 横浜 ¥545

第5位 長岡 ¥544

逆にかげうどんの高いベスト5をぬきだしたのが、このスライドである。

第1位は、立川の587円、第2位が静岡の557円、第3位は、新潟で550円、第4位横浜の545円、そして第5位の長岡544円となっている。

2004年 調査資料の資料のまとめ



ここで私達の先輩が、2004年に香川県の「かけうどんの価格」調査をし、日本うどん学会第2回の全国大会で発表した調査結果を簡単にまとめておきたいと思う。

先輩たちが行なった調査では、かけうどんの値段は、同じ香川県でも地域や一般店、セルフ店、製麺タイプといった、お店の種類によっても大きな差があること、また、セルフ店では、平均価格にはあまり値段の差がないということだった。

- ・ 値段は、地域や店の種類（一般店・セルフ店・製麺タイプ）によっても大きな差がある。
- ・ セルフ店の平均価格にはあまり差がない。

高松市街(中心部) 調査対象35件



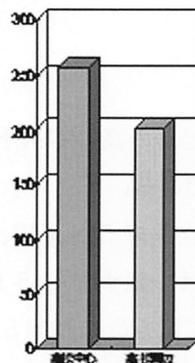
香川県庁調査統計課が実施したデータと比較検討するために、高松市街（中心部）のかけうどんの値段について見てみることにする。この地図は、四国新聞のホームページからコピーをしたものでありますが、ここには製麺所がないので、一般店24件、セルフ店11件、合計35件が対象になる。

高松市街中心部

平均257円
(一般店がほとんど)

高松市街周辺

平均202円
(セルフ店がほとんど)



高松市街中心部は、一般店がほとんどで、かけうどんの平均価格は257円だった。この数字は、調査統計課の255円とほとんど同じ結果になっている。

一方、セルフ店が大半を占めている高松市街周辺では、平均は202円となり、やはり、中心部から離れるにつれて値段が安くなっていることが分かっている。市街中心部が周辺部と比べて値段が高いのは、一つには、市街中心は利便性の良いことや、人が集まりやすく需要が多いこと、さらには、人件費や地代の要因などが考えられる。

高松西部 調査対象27件



同じ高松市でも、この地図のとおり、高松西部を見ても、一般店が6件、セルフ店が18件、製麺所が3件で、セルフ店が一般店の3倍もある

高松市 西部

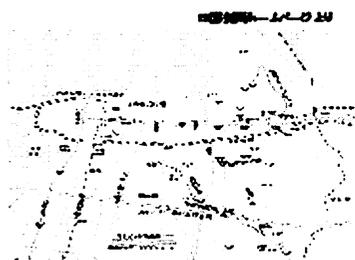
平均・161円

(セルフ店がほとんど)

やはりセルフ店が多いこともあってか、かけうどんの平均は、161円となっている。同じ高松市ではあるが、地域によって、また、お店のタイプによっても値段に大きな差が出てくるがよく理解できる。

したがって、「かけうどん」の価格比較をする場合に大切なことは、地域も重要なファクターになるが、一般店か、セルフか、また、製麺所タイプのお店なのかといったお店のタイプによっても価格に大きな開きが出てくるので、あらかじめ調査対象を明確にしておく必要があると思う。

高松市郊外 東部 調査対象21件



しかし、地域により、また、お店の種類によっても価格の差に大きな開きが出てくるとはいえ、その予想通りになっていない地域もある。

例えば、高松市郊外の東部だが、一般店が5件、セルフ店が16件、製麺所はわずか1件で、ここでもセルフ店が多い地域にもかかわらず、平均価格は、204円になっている。

高松市 東部

平均・204円

(セルフ店がほとんど)

なぜ、西部と同じような条件であるにもかかわらず、東部の方が値段が高くなるのか、よく理解できないので、改めて調査をする必要があると思っている。

高松市 東部
かけうどんの価格
一般店 平均254円
セルフ店 平均190円
製麺所 平均180円

はじめに説明したように、私達は、ネット検索をはじめ、地元のア媛や高知、徳島のうどん屋さんに直接電話をかけてかけうどんの値段を調査したが、今回の調査結果と、先輩達や香川県の統計調査課が実施したデータとを比較してみると、調査対象が異なっているから、違いが出て当然といえば当然だが、かなり数字に違いが出ている。

例えば、ア媛の場合だと、統計調査課では318円であるが、今回の調査では、325円となった。また、一番高い値段は750円、そして一番安い値段は100円となっている。

高知県 うどんの価格

- 平均価格 316円
- 最高価格 420円
- 最低価格 180円

特に、大きな数字の違いが出たのは高知で、私どもの調査では、かけうどんの平均は、316円であったが、統計調査課では473円と、157円もの差が出ている。

調査対象が異なるとはいっても、これほどの違いができるのは、疑問も残るので、改めてその原因を調べて見たいと思っている。ちなみに、高知の最高価格は420円そして最低価格は180円となった。

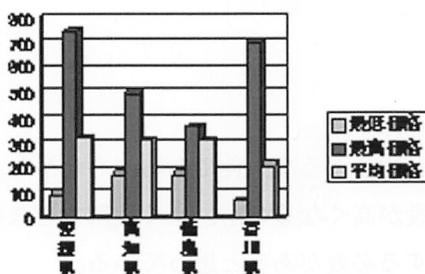
徳島県 うどんの価格

- 平均価格 309円
- 最高価格 370円
- 最低価格 180円

次に徳島県を見てみると、平均価格は309円と、私どもの調査の317円とかなり近いことがわかる。

また、最高価格は370円、最低価格は180円だった。

四国四県 かけうどんの価格比較



このスライドは、四国四県のかけうどんの平均価格をグラフ化し、価格比較をしたものである。ア媛・高知・徳島は私たちが独自で調査したものであるが、香川県のデータは私たちの先輩が昨年調査したものを使用している。

四国四県のなかで最高価格だったのがア媛県の750円で、次に香川の700円で、高知の500円徳島の370円となっている。

最低価格は、香川の70円で、次にア媛県の100円、そして徳島と高知県の180円になっている。

四国四県の平均価格が1番高かったのはア媛県の325円で、次に高知県の316円、徳島の309円となっており、四国四県の中ではやはり香川の平均価格の217円が1番低いという結果がでた。

＜まとめ＞

今回の四国四県を中心とした、全国のかけうどんの平均価格を調査して分かったことであるが、予想どおり、香川県が全国で1番価格が安かったことがわかった。

逆に、これも大体予想していた通りとなったが、東京都の立川が1番高かったことである。東京の物価が世界一高いことは周知の事実だが、物価との相関からみて、うどんの価格にも影響しているのではないかと推測する。

また、同じ「かけうどん」でも、地域によって大きな価格の開きがあったことも驚きの一つだった。

＜感想＞

インターネットで検索しただけでも何百件ものお店があり、自分たちが思っていたより、たくさんのお店があることに驚いた。

また、お店に直接電話するのに、最初はかなり抵抗があったが、お店の人たちは親切に営業時間まで教えてくれるところもあり、楽しく調査できたことである。

四国を中心に都道府県別で価格を調査してきたが、同じかけうどんでも価格のつけ方に差が出たり、地域によって物価や値段の違いがあることがわかった

＜これからの課題＞

これまでかけうどんの価格について四国四県を中心に見てきたが、今後「安かろう、旨かろう」として全国的な規模でヒートアップした讃岐うどんブームが、オオストラリアの小麦粉の凶作により、今後、麺業界にどのような影響がでてくるのか、特に、利幅の少ないかけうどんに対しては、かなり厳しい状況になるのではないかと危惧される。

加えて、美しい国づくりのスローガンのもと、自然環境問題、特に麺業界にとっては、排水の問題が社会問題として顕在化してきており、価格の推移とともに環境問題にも関心をもって研究をしていかなければならないと思っている。

食育に果たすうどんの役割および可能性に関する一考察

数納 朗（社団法人日本農業法人協会）

石崎 和之（株式会社流通システム研究センター）

小泉 隆文（東京福祉大学・大学院）

石塚 哉史（財団法人日本こんにゃく協会）

1 はじめに

食育の重要性が叫ばれて久しいが、果たして食育とはどういうものなのか、何のことを把握している国民はどれくらいいるのであろうか。

近年、食あるいは食料（食物）に関して何も知らない子どもやその大人世代が多いことは周知の事実である。さらに食の原料である農林水産物に関しては言うまでもない状況である。これは、以前に比較し、核家族化の進展も大いに関係が深いと考えられるが、家族における団欒の場が少なくなったことや地域における人間関係の希薄化、食と農の物理的な距離の拡大等、さまざまな要因が考えられよう。

また、食、農、教育等のそれぞれの立場によって、同じ『食育』とはいえ思惑や目的が異なっていることを忘れてはならない。このことは、過去の食育に関する研究動向を振り返ると顕著である¹⁾。しかし、「うどん」のような一つの食品（食形態）に焦点を絞り、そこから食育を考えてみるという試みは今まであまりみられていないものと思われる。

そこで、本研究グループは、当報告において、「うどん」に焦点を当て、その食育に果たす役割は何なのか、またその可能性はいかなるものなのかを明らかにすることを目的とする²⁾。

2 『食育』議論の背景

2-1 経緯

戦後、高度成長期を経て、わが国の食生活は大きく変化した。それまでは米や魚がメインとなる和食中心であったが、食卓にパンや肉が上がるようになり、いわゆる食の洋風化が浸透した。

しかし、近年はさらに食生活をとりまく環境が変貌しつつある。その点について消費、生産、価値の3点からとらえてみる。消費の側面からみると、ライフスタイルの変化にともない、外食が増えてきた。また、家庭で食事をとる際にも中食の利用が進んだ。加えて、食事をする時間が規則的ではなくなり、食習慣が乱れてきたという面がある。

生産の側面からみると、残留農薬問題やBSE問題など食の安全性、原料表示の偽装問題など、食品に対する信頼を大きく損なうような問題が表れてきた。

価値の面からみると、多忙な生活を送る中で、栄養バランスをあまり考慮しなくなるなど、食に対する意識が薄くなってきている。また、生産地にあまりこだわることがなく、海外からの輸入農産物に大きく依存している食生活となっている。さらに、地場産の農産物を利用するどころか、

1) 主な先行研究として [1] [6] [7] [8] [11] 等があげられるので、参照されたい。

2) 本稿の執筆分担は、1、4が数納、2が小泉・石塚、3が石崎であり、最終的な取り纏めは数納が行った。

自分が住んでいる地域でどのような農産物が生産されているかわからないという人も多くなっており、伝統的食文化の喪失が懸念されている。

『食料・農業・農村白書 平成19年度版』においては、食生活の乱れによる肥満や生活習慣病の増加が顕在化していることをクローズアップして取り上げている。具体的には、①わが国の死亡原因の6割が生活習慣病に起因し、それに関連する医療費は10兆2000億円と医療費全体の3分の1を占めている点、②わが国の成人肥満者の割合は、男性で28.4%、女性で20.6%であり、30～60歳男性の3割が肥満であることに加えて、子供の肥満も増加している点、③メタボリックシンドローム（内臓脂肪症候群）が問題視されるようになり、わが国では40～74歳男性の2人に1人がメタボリックシンドロームの疑いがあり、その数は実に約1,960万人にもものぼる点を示している。

このような深刻な状況を改善するために『食育』が取り組まれている。わが国の国民が健康を増進し、食生活・食習慣の乱れを改善することは、望ましい食生活を実現するためには重要なこととなる。このため、『食育基本法』が平成17年6月に成立し、食育の推進を図る食育推進基本計画が18年3月に制定された。

『食育』の意味は食育基本法では定義されていないが、内容については前文で規定されている。すなわち、「食育は、生きる上での基本であって、知育、徳育及び体育の基礎となるべきものと位置づけるとともに、様々な経験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てる」ことであるとしている。

2-2 食育基本法の目指すもの

食育基本法は平成17年6月10日、第162回国会で成立し、同年7月15日から実施された。その内容は、前文で食育の位置づけがなされており、続いて目的、基本理念、責務、食育推進基本計画の作成、基本的施策、食育推進会議について記載されている（表1）。

表1 食育基本法の概要

<p>1. 目的 国民が健全な心身を培い、豊かな人間性をはくぐむ食育を推進するため、施策を総合的かつ計画的に推進すること等を目的とする。</p> <p>2. 関係者の責務 (1) 食育の推進について、国、地方公共団体、教育関係者、農林漁業関係者、食品関連事業者、国民等の責務を定める。 (2) 政府は、毎年、食育の推進に関して講じた施策に関し、国会に報告書を提出する。</p> <p>3. 食育推進基本計画の作成 (1) 食育推進会議は、以下の事項について食育推進基本計画を作成する。 ①食育の推進に関する施策についての基本的な方針 ②食育の推進の目標に関する事項 ③国民等の行う自発的な食育推進活動等の総合的な促進に関する事項 ④その他必要な事項 (2) 都道府県は都道府県食育推進基本計画、市町村は市町村食育推進基本計画を作成するよう努める。</p> <p>4. 基本的施策 ① 家庭における食育の推進 ② 学校、保育所等における食育の推進 ③ 地域における食生活の改善のための取組の推進 ④ 食育推進運動の展開</p>

- ⑤ 生産者と消費者との交流の促進、環境と調和のとれた農林漁業の活性化等
- ⑥ 食文化の継承のための活動への支援等
- ⑦ 食品の安全性、栄養その他の食生活に関する調査、研究、情報の提供及び国際交流の推進

5. 食育推進会議

- (1) 内閣府に食育推進会議を置き、会長（内閣総理大臣）及び委員（食育担当大臣、関係大臣、有識者）25名以内で組織する。
- (2) 都道府県に都道府県食育推進会議、市町村に市町村食育推進会議を置くことができる。

資料：内閣府ホームページより作成。

食育基本法は推進法ではなく、あくまでも基本法である。その理由は、食育の範囲は栄養面、生活面、文化面など様々な領域に関わるものであり、また、それが実践される場も多様である。このような多面かつ多様な食育に関する施策については、まず進めるべき施策の方向や方針を明らかにする必要がある、その上で効果的な推進体制を定める必要がある。したがって具体的な個別施策の推進方を定める推進法ではなく、基本法となっている。

目的は、国民が健全な心身を培い、豊かな人間性をはぐくむ食育を推進するため、施策を総合的かつ計画的に推進すること等を目的としている。

基本理念は、①国民の心身の健康の増進と豊かな人間形成、②食に関する感謝の念と理解、③食育推進運動の展開、④子どもの食育における保護者、教育関係者の役割、⑤食に関する体験活動と食育推進活動の実践、⑥伝統的な食文化、環境と調和した生産等への配慮及び農山漁村活性化と食料自給率の向上への貢献、⑦食品の安全性の確保等における食育の役割、としている。

国民運動として食育を推進するための施策として基本施策が示されているが、それは①家庭における食育の推進、②学校、保育所等における食育の推進、③地域における食生活の改善のための取組の推進、④食育推進運動の展開、⑤生産者と消費者との交流の促進、環境と調和のとれた農林漁業の活性化等、⑥食文化の継承のための活動への支援等、⑦食品の安全性、栄養その他の食生活に関する調査、研究、情報の提供及び国際交流の推進、としている。

このように、食育基本法はわが国の国民運動として食育を強力に推進するための方針を定めたものである。

2-3 現在の『食育』の取り組み状況

本項では、農業団体等（全国農業協同組合中央会、(財)食生活情報サービスセンター、全国生活研究グループ連絡協議会）において実施された食育関連事業（平成16～18年に実施）の内、麺類を対象とした事業の取組内容とその実施状況について検討していく（本稿では関係する事業数が限定されていることから、麺品目別ではなく、麺全体の分析を中心とする）。

表2は、食育事業における麺関係事業の実施状況について示したものである。この表から、全体的にみると麺関係の実施事業数は、事業数で2～3事業、構成比で2.5～8.3%と少数であることが読み取れる。

地域別にみると、8地域（宮城県、栃木県、新潟県、愛知県、滋賀県、広島県、愛媛県、香川県）で開催されており、西日本での取組が多いことが理解できる。また四国地域で実施した事業以外の多くは、そばを対象とした事業が多く、うどんを対象とした事業は見受けられなかった。

事業内容をみると、地産地消をテーマとした取組が中心であり、幼児・児童等及び親子を対象に

地域内で生産された食材を活用した麺作りが顕著であった。

前述の様に麺類関係事業数は、そば、うどんを問わず麺を対象とした事業数は少数であることから、食育事業を活用して若年層消費者にアピールする機会が他の食材と比較すると限定された状況下にあるものと指摘できる。

表2 食育事業における麺関係事業の実施状況

事業名	子どもたちの農業・農村体験学習推進事業	食育実践活動支援事業	食育の実践活動事業
事業主体	全国農業協同組合中央会	(財)食生活情報サービスセンター	全国生活研究グループ連絡協議会
実施年度	平成16年度	平成16～17年度	平成18年度
①実施事業総数	122	49	36
麺関係事業	②事業数	2	3
	% (②/①)	4.1	8.3
事業実施者・地域	魚沼南農業協同組合(新潟県) 東びわこ農業協同組合(滋賀県) 三次農業協同組合(広島県)	宮城県地域婦人団体連絡協議会(宮城県) 香川の食を考える会(香川県)	しおや生活研究グループ協議会(栃木県) 碧海会(愛知県) 秋葉グループ(愛媛県)

資料：全国農業協同組合中央会『子どもたちの農業・農村体験活動推進事例集』
(財)食生活情報サービスセンター『食育実践活動支援事業報告書』各年版
全国生活研究グループ連絡協議会『平成18年度食育の実践活動事例集』

3 『うどん』のいろいろ

前節では、食育とはどういうものなのかを概観してきた。本節では、うどんをさまざまな角度から概観する。

3-1 『うどん』の種類

麺の状態からみた分類

一言で「うどん」といってもその歴史は古く、一説では手軽に食べられる庶民の味として室町時代から続くとされる。長い歴史のなかで、その土地で採れる素材、風土、生活習慣ごとに様々な発展を遂げ、打ち方や食べ方1つとっても多種多様である。そのようななか、うどんを含む麺類はJASや公正競争規約により乾麺と生麺の2種類に大別される。乾麺は乾燥させた麺類のことであり、水分の含有量が少ないため保存性が高いことが特徴である。そのため工業的には長い間乾麺が麺製造の主流となっておる。一方生麺は流通上の問題から製造から消費までの起源が短いという問題があるが、乾麺に比べ水分を多く含んでいることから乾麺よりも風味や食感が良好であるとされている。またこれら以外にも表3のように5つに分類することができる。

表3 麺の状態からみたうどんの特性

分類内容	呼称	特徴
麺の状態	生うどん	製麺した後、そのまま、あるいは麺表面に粉をまぶしたうどん
	半生うどん	生うどんに含まれる水分を一定の割合乾燥させ、常温である程度の保存を可能にしたうどん
	干しうどん	製麺後に乾燥させて麺を一定の長さに揃え、保存しやすくしたうどん
	茹でうどん	生うどんを茹で水洗いしたうどん これを有機酸液に浸漬し、密封包装したものは長期常温保存できるロングライフ茹でうどん(包装茹でうどん)
	冷凍うどん	生うどんを茹でた後、急速冷凍したうどん、あるいは生うどんを茹でずに急速冷凍したうどん
	即席うどん	生うどんを茹でた後、油揚げや真空凍結乾燥(フリーズドライ)にしたり、熱風乾燥したうどん

資料：小田間多『新訂めんの本』より作成。

製法による分類

うどんは製法の違いにより表4のように手打ちうどん、機械打ちうどん、手延べうどんの3通りに分けることができる。またそのなかで、手打ち製法と機械打ち製法における製造工程について図1、2で示してみた。これから、製品段階では同様のうどんであっても大きな違いを確認することができる。

表4 製法によるうどんの分類

分類内容	呼称	特徴
製法	手打ちうどん	人力でこねた麺生地を薄く延ばした後、畳んで包丁で切ったうどん
	機械打ちうどん	製麺機械で作ったうどん
	手延べうどん	棒状にした麺生地を2本の棒にかけ、引き伸ばして細い紐状にした後、乾燥・切断したうどん

資料：小田間多『新訂めんの本』より作成。

手打ちうどん

全て手作業で行う製法は、生産能率が悪く労力も要するものの、必ずしも望ましい品質に仕上がるとは限らない。そのため、現在は一部に機械を使用する製法（手打ち風うどん）が一般的となっている。

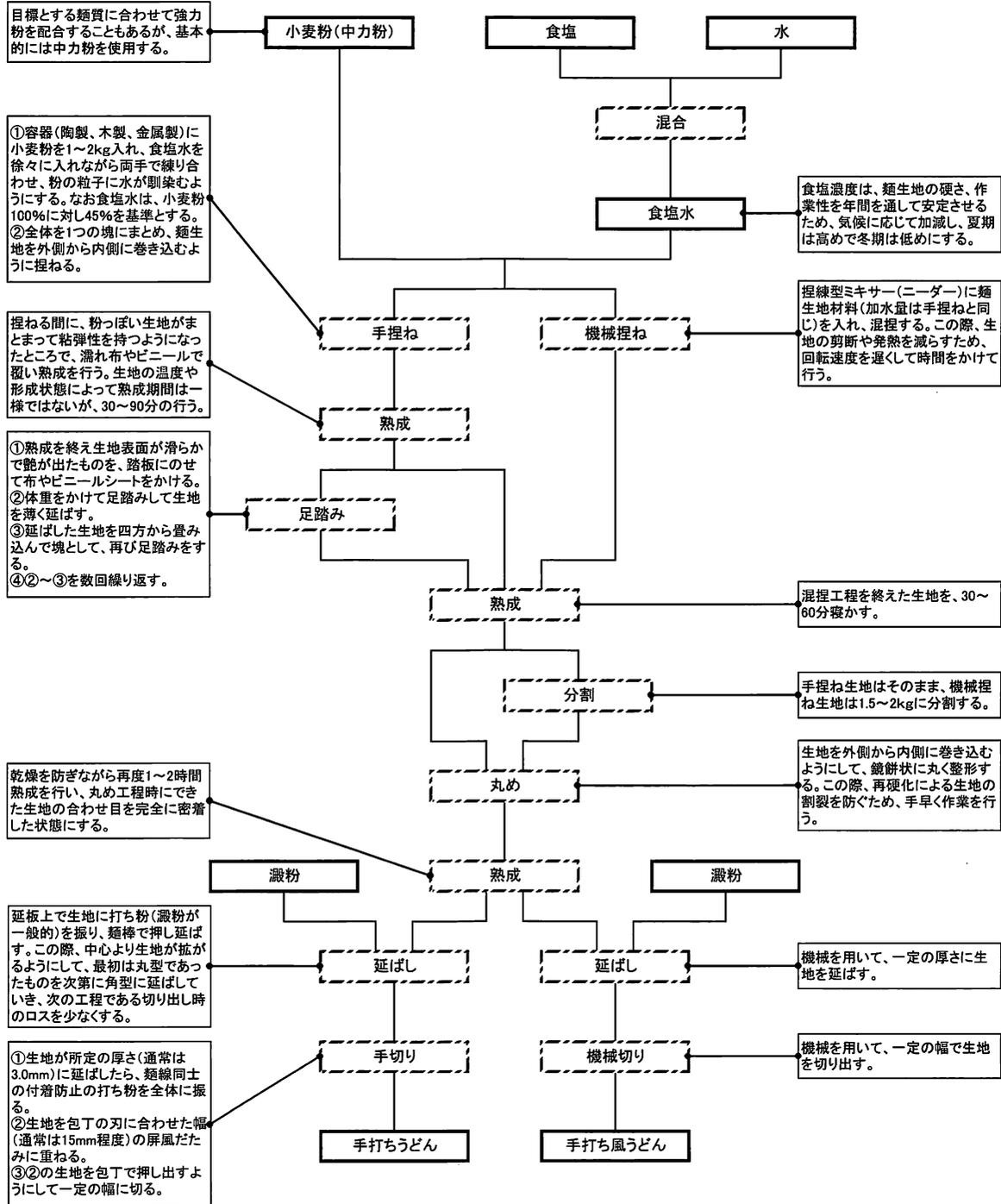


図1 手打ち製法の工程

資料：小田間多『新訂めんの本』より作成。

機械打ちうどん

もともと手打ちを機械化したものであり、工程も手打ちと同様となっているが、機械操作を容易にする目的から加水量を少なくするため、生地が手打ちよりも硬い。しかし今日では、多加水での機械製麺も行われている。

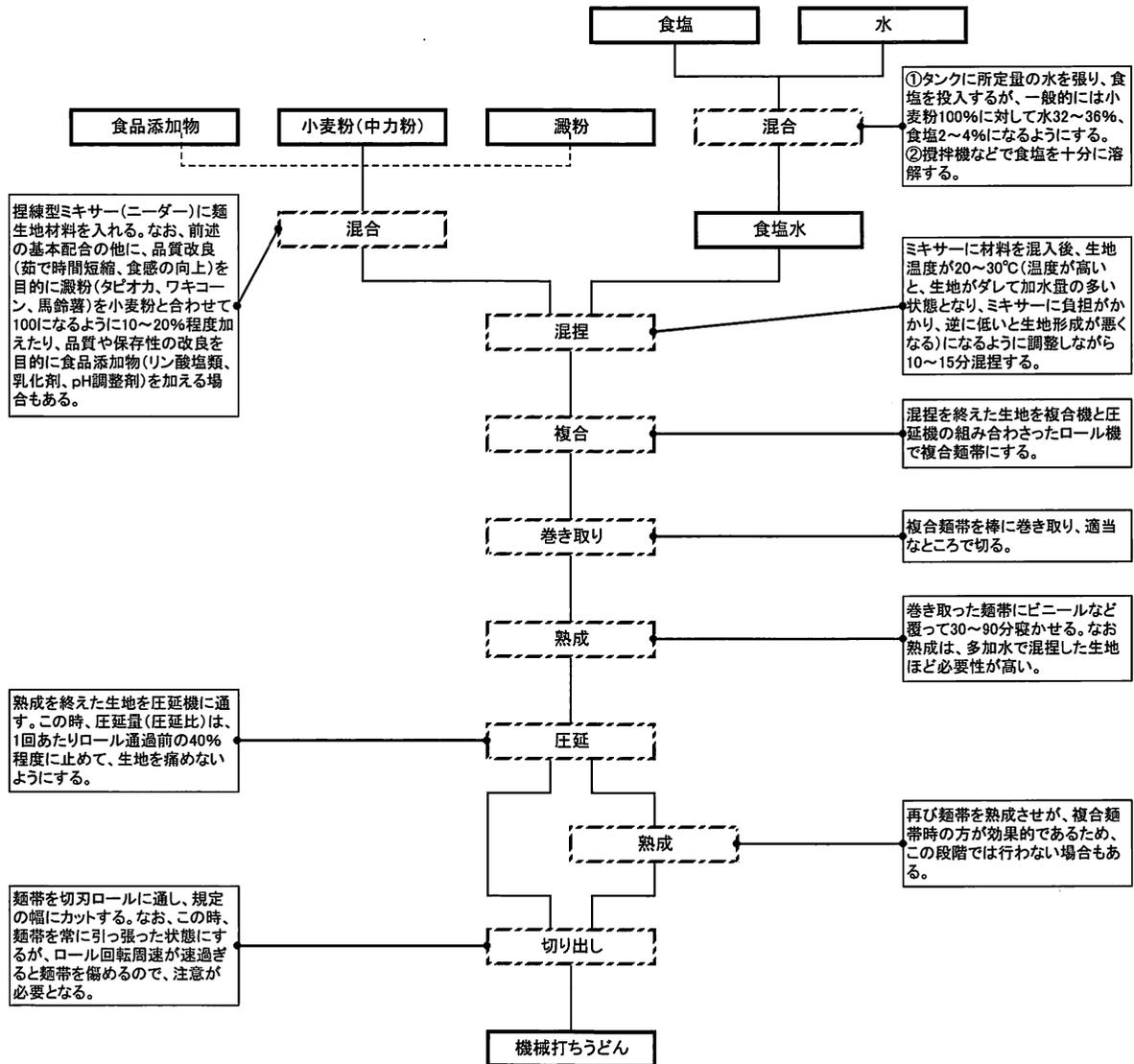


図2 機械打ち製法の工程

資料：小田間多『新訂めんの本』より作成。

『うどん』の栄養素

基本的にうどんの原料は、小麦粉と水と食塩となっており、そのため小麦粉がほぼ100%の食品といっても過言ではない。このため、その栄養素も表5で示したとおり大半が小麦粉から成り、炭水化物（澱粉）が大半を占め、食物繊維を除くと大部分が澱粉（糖質）である。澱粉は加熱することで α 化し、うどんを構成する上で重要な、独特の餅のような歯ざわりや舌ざわり、のどごしなどの食感はこれに由来する。次いでは、たんぱく質となっており、様々な必須アミノ酸を有している。

他にも栄養的に重要な灰分（ミネラル）やビタミンを含んでいるものの、絶対量は少ない。また強い弾力性と小麦粉中のたんぱく質分解酵素の活性を抑える役目を果たす食塩は、生の状態では多く含んでいるが、茹で状態では茹でる過程で湯に大半溶出することもあり10～20%ほどとなる。

表5 うどんとめんつゆの各栄養素

成分名	単位	うどん					めんつゆ		
		生	茹	学校給食用	干し		ストレート	3倍濃縮	
					生	茹			
エネルギー	kcal	270	105	149	348	126	44	98	
	kJ	1130	439	623	1456	527	184	410	
水分	g	33.5	75.0	65.0	13.5	70.0	85.4	64.9	
たんぱく質	g	6.1	2.6	5.2	8.5	3.1	2.2	4.5	
脂質	g	6	0.4	0.5	1.1	0.5	0	0	
炭水化物	g	56.8	21.6	29.1	71.9	25.8	8.7	20.0	
灰分	g	3.0	0.4	0.2	5.0	0.6	3.7	10.6	
無機質	ナトリウム	mg	1000	120	13	1700	210	1300	3900
	カリウム	mg	90	9	12	130	14	100	220
	カルシウム	mg	18	6	10	17	7	8	16
	マグネシウム	mg	13	6	12	19	4	15	35
	リン	mg	49	18	42	70	24	48	85
	鉄	mg	0.3	0.2	0.5	0.6	0.2	0.4	0.8
	亜鉛	mg	0.3	0.1	0.3	0.4	0.1	0.2	0.4
	銅	mg	0.08	0.04	0.09	0.11	0.04	0.01	0.01
	マンガン	mg	0.39	0.12	0.21	0.50	0.14	—	—
ビタミン	E	mg	0.3	0.1	0.1	0.4	0.1	(0)	(0)
	B1	mg	0.09	0.02	0.16	0.08	0.02	0.01	0.04
	B2	mg	0.03	0.01	0.07	0.02	0.01	0.04	0.07
	ナイアシン	mg	0.6	0.2	0.4	0.9	0.2	1.2	1.4
	B6	mg	0.03	0.01	0.02	0.04	0.01	0.04	0.07
	B12	μ g	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	0.3	0.2
	葉酸	μ g	5	2	4	9	2	17	9
	パントテン酸	mg	0.36	0.13	0.18	0.45	0.14	0.18	0.19
脂肪酸	飽和	g	0.14	0.09	0.12	0.25	0.12	(0)	(0)
	不飽和 一価	g	0.05	0.04	0.04	0.10	0.04	(0)	(0)
	多価	g	0.30	0.20	0.25	0.56	0.25	(0)	(0)
コレステロール	mg	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	—	—	
食物繊維総量	g	1.2	0.8	1.5	2.4	0.7	—	—	
食塩相当量	g	2.5	0.3	0	4.3	0.5	3.3	9.9	

注1)：栄養成分は、可食部100gあたりのもの。

2)：()内の数値は、科学技術庁資源調査会測定していないデータ。

3)：生うどんと茹うどんの栄養素は、きしめん、ひもかわの栄養素も含む。

資料：東京書籍編集部編『ビジュアルワイド食品成分表』より作成。

3-2 『うどん』を支える原料生産状況

先の製造工程でもみたように、うどんを構成する原材料は小麦粉と塩と水が基本となり、最終的な製品形態の違い（ロングライフ茹でうどん、冷凍うどん）で澱粉や添加物などが追加される。また愛知県の味噌煮込みうどんのように塩を使用しないものや、長崎県の五島うどんのように油を使うもの、また場合もあるが、基本的には3種類の原料で構成されている。

そのなかでも大半を占める小麦の国内生産量は、水田利用再編対策として小麦が特定作物に指定されたことで、1989年まで増加の傾向にあった。しかしながら、その後麦価の低迷や作柄不良、早期米の導入による作期競合の影響を受け、90年代中期にはピーク時だった1,021.0千tの半数以下である400千t代まで減少することとなった。そして90年代後半以降は、「新たな麦政策大綱」が公表³⁾、「水田農業経営確立対策」の開始⁴⁾などを理由に再び増加に転じ、05年の生産量は874.7千tまで回復している。

続いて小麦輸入では、1997年をピークに国産小麦の増加にともない550万t前後で推移しており、輸入相手国先国としてはアメリカが約300万tと最も多く、次いでカナダ、オーストラリアの順となっている。また小麦粉に関しては、数字的には少ないものの、2005年と1995年での10年間で2倍弱の増加がみられる。

3) 「新たな麦政策大綱」とは1998年5月に公表されたもので、これに基づき小麦の民間流通の枠組み、すなわち「政府による国産麦の無制限買入れおよび売却という現行の麦管理制度を前提としながら、生産者と実需者の結びつきを深めるために入札取引価格を決定し、政府は流通契約を尊重して買入れ、売渡しを行い、流通契約された麦については「麦作経営安定資金」と一定の品質基準による契約生産奨励金を交付する」ことが作られた。

4) 1999年10月に「水田を中心とした土地利用型農業活性化対策大綱」として、米の作付けを行わない水田を有効利用し、自給率が低く、現状では定着度の低い麦・大豆・飼料用作物などの生産を品質・生産性の向上を図りながら定着・拡大させることとし、「水田農業経営確立対策」はこれを受けたものである。

表6 小麦ならびに塩の国内生産量と輸入量の推移

単位:千t

年次	小麦									国内 生産量
	国内 生産量	輸入量(小麦)				輸入量(小麦粉)				
		アメリカ	カナダ	オーストラリア		フランス	イタリア	アメリカ		
1988	1021.0	4414.5	2676.1	1303.7	434.8					111.9
1989	984.5	4319.4	2539.9	1290.9	488.6					116.4
1990	951.5	4283.8	2536.7	1271.5	475.7					115.1
1991	759.0	4385.6	2686.6	1195.3	503.7					134.9
1992	758.7	4588.8	2733.6	1357.1	498.1					139.8
1993	637.8	4534.0	2712.2	1244.9	576.8					165.1
1994	564.8	5231.2	3182.0	1330.4	718.7					180.8
1995	443.6	4987.7	2822.8	1506.2	658.8	0.0				132.0
1996	478.1	4974.7	2840.3	1507.6	626.9	0.2			0.0	120.5
1997	573.1	5328.8	3030.1	1583.9	714.7	1.0	0.1	0.0	0.4	157.4
1998	569.5	4860.2	2745.5	1520.5	594.1	1.2	0.1	0.0	0.6	64.8
1999	583.1	5191.5	2997.8	1526.0	667.3	0.9	0.1	0.1	0.4	63.2
2000	688.2	5222.8	2968.5	1467.7	785.0	0.9	0.2	0.1	0.2	65.6
2001	699.9	5048.5	2765.8	1449.9	830.7	0.9	0.3	0.2	0.1	59.6
2002	829.0	5585.1	3209.9	1406.6	966.7	1.1	0.3	0.3	0.1	53.7
2003	855.9	5194.5	2964.0	1067.1	1161.6	1.1	0.3	0.5	0.1	151.8
2004	860.3	5397.6	3067.9	1152.7	1174.3	1.4	0.5	0.5	0.1	160.9
2005	874.7	5383.5	3102.5	1171.1	1107.1	1.9	0.7	0.6	0.2	168.9

資料：農林水産省統計情報部『作物統計』、財務省『貿易統計』、経済産業省『工業統計表 品目編』より作成。

注1：空欄部分は、統計に記載なし。

2：0.0 の記載部分は、0.05 未満の数値。

3：輸入相手国は上位3カ国のみの記載。

4：国内生産の小麦は、飼料用も含む。

5：塩は、食卓塩（精製塩を含む）をさす。

3-3 食の形態として(外食、中食等)

食し方や具によって様々な呼称のされかたをする。表7は、そのなかから代表的なものを説明したものである。またこれとは別に、一例ではあるが、地方ごとの特色あるうどんをまとめたものが表8である。

表7 食し方、具からみたうどんの種類

分類内容	呼称	特徴
食し方	温	
	うどん	茹でた麺を冷水で締め、再度湯で温め直したものに温かいつゆをかけたうどん
	釜揚げうどん	茹でた麺を水で締めずに食すうどん
	煮込みうどん	生めん、あるいは茹であげた麺を長時間つゆで煮込むことにより、麺につゆの味をしみ込ませたうどん
	冷	
	ざるうどん	茹でた麺を冷水で締め、ざるに盛ったうどん
	冷やしうどん	茹でた麺を冷水で締め、丼や皿に盛ったうどん
	ぶっかけうどん	茹でた麺を冷水で締め、生醤油やつゆをかけたうどん
他	焼きうどん	焼きそばの中華麺の変わりにうどんを使用したもの
	揚げうどん	生うどんを一定の長さに切り、油揚げた後、調味料で味付けしたもの
	サラダうどん	冷やしたうどんにつゆをかけ、キュウリ・レタス・トマトなどの野菜や茹で卵などを上にのせ、場合によってはマヨネーズやドレッシングをかけたうどん
	具	
素うどん (かけうどん)	麺にだし汁をかけ、刻みネギ以外に具を入れないうどん	
薬味うどん	胡麻、生姜、鰹節、わかめ、海苔などの薬味を入れたうどん	
かやくうどん (おかめうどん)	かまぼこや菜っ葉といった具(=かやく、種物)を入れたうどん	
月見うどん	生卵の卵白(白身)を雲、卵黄(黄身)を月に見立て、だし汁の入った麺の上に落とすうどん	
天ぷらうどん	天ぷらをのせたうどん	
きつねうどん (けつねうどん、しのだうどん)	味付けした油揚げを具にしたうどん	
たぬきうどん (はいからうどん)	揚げ玉を散らしたうどん	
とろろうどん	すりろした山芋のとろろと卵をのせたうどん	
とろろ昆布うどん	とろろ昆布を散らしたうどん	
山菜うどん	麺つゆで煮て味付けをした山菜をを具にしたうどん	
カレーうどん	だし汁にカレー粉を加えてカレー風味にしたもの、または、だし汁で延ばしたカレーをつゆに使用したうどん	
肉うどん	醤油で味付けした牛肉または豚肉を具にしたうどん	
カうどん (かちんうどん)	餅を入れたうどん	

資料：アスペクト編『至宝の伝統食4 うどん』、小田間多『新訂めんの本』より作成。

注：具による分類では、東日本での呼称を基準とする。

表8 主な地方うどん

名称	地方	主な特徴
1 稲庭うどん	秋田県	素麺と似た手延べ製法の干しうどんで一切機械を使用せず、素麺とは食用植物油を未使用、打ち粉に澱粉を使用、乾燥前に平たい形状にする点が異なる
2 ひも皮うどん (ひもか、ひもかわ)	岩手県 東京都東久留米市	包丁切のほうとうが変化したもので、岩手では「ひもか」、東京では「ひもかわ」と呼ばれる
3 水沢うどん	群馬県渋川市	冷やしたやや太麺を、ごまだれのつゆで食す
4 おつきりこみ	群馬県 埼玉県	幅広の麺(ひもかわうどん、ほうとう)と野菜を、味噌または醤油ベースのつゆで煮込む
5 加須うどん	埼玉県加須市	手捏ね、足踏み、寝かせに時間をかけ、裁断後に短時間干す
6 武蔵野うどん	埼玉県所沢市 東京都東村山市	麺生地に地粉を使用するため、少し黒味がかかっている
7 耳うどん (みみ)	栃木県佐野市 山梨県	麺が耳の形をしており、栃木では醤油味、山梨では味噌味の汁で主に正月に食す
8 ほうとう	山梨県	打ち粉が付いた幅広の生麺を、南瓜や根菜類などの野菜主体とした味噌汁で煮込む
9 吉田のうどん	山梨県富士吉田市	コシの強い太麺に、煮干し汁ベースの醤油と味噌の合わせ味のつゆをかけ、茹でキャベツや油揚げ、馬肉などを添え、薬味にはすりだね(赤唐辛子ベースのものを油で炒めたもの)を用いる
10 おしぼりうどん	長野県坂城町	信州味噌を辛味の強いねずみ大根の搾り汁に溶かしたつゆをかけ、刻みネギや削り節などを添える
11 氷見うどん (糸うどん)	富山県氷見市	一切機械を使用しない手延べ式の半乾燥の細麺を、魚介類を原料とする魚醤(いしる)を使った出汁で食す
12 香露うどん	岐阜県	冷やした麺を、味噌醤油などの冷たい香露(出汁)で食す
13 味噌煮込みうどん	愛知県	塩は一切加えないコシの強い太麺を、茹でずに赤味噌(八丁味噌)仕立てのつゆに入れた土鍋で煮込み、具には鶏肉、玉子、ネギ、シイタケ、餅などを添える
14 きしめん (ひもかわうどん)	愛知県名古屋市	薄い帯状の乾麺を茹でた後、熱いつゆをかけ、油揚げや鶏肉などの具とともにネギや鰹節を添える
15 伊勢うどん	三重県伊勢市	柔らかく煮た極太麺を、たまり醤油に鰹節やいりこなどの出汁を加えたつゆをかけ、具をほとんど添えない
16 うどんすき	関西	うどん中心の寄せ鍋風の鍋料理
17 卓袱うどん	京都府 香川県	京都: 椎茸の煮付け、蒲鉾、湯葉、麩、三つ葉などを具を添える 香川: 根菜、里芋、鶏肉などを煮た出汁をかける
18 あんかけうどん	京都府	葛粉や片栗粉などで餡状のつゆをかけたもの
19 かすうどん	大阪府南河内	つゆに油かす(細切れの牛の小腸を油で揚げたもの)を入れる
20 小田巻うどん	大阪府	茶碗蒸しの材料にうどんを入れたもの
21 讃岐うどん	香川県	麺はコシが強く、かけ(イリコ出汁で仕上げたつゆ)、ざる、釜揚げ、生醤油、釜玉など多様な食し方があるのに加え、具も多種多様なものが自由に選べる
22 鳴門うどん	徳島県鳴門市	コシがほとんどない細麺に、煮干し汁を用いたあっさり風味のつゆをかけ、ネギ、竹輪、油揚げなどの具を添える
23 たらいうどん	徳島県北東	うどんをゆで汁ごと大きなたらいに入れ、川魚(じんぞく=かまつか)を用いたつけ汁で食す
24 かしわうどん	九州	甘く煮た鶏肉を添えたもの
25 だんご汁 (だご汁)	九州	だんご(ひもかわのような麺)を、味噌や醤油仕立てのつゆに入れ、具にはごぼう、にんじん、しめじ、豚肉などを添える
26 博多うどん (福岡うどん)	福岡・北九州	柔らかか麺に、昆布、鰹節、うるめ、鯖節、いりこ、あじこ、あご(トビウオ)出汁に薄口醤油を加えたつゆをかけ、丸天(丸い揚げ蒲鉾)やごぼ天(笹がきごぼうをかき揚げ、あるいはバラバラに揚げたもの)を具を添え、薬味には柚子胡椒を用いる
27 五島うどん (鎌切りうどん)	長崎県五島列島	厚めに丸く伸ばした麺生地を、鎌で渦巻き状に切った後、椿油を使用した手延べ製法で作ったうどんを釜上げにして、地獄炊きと呼ばれるあご(飛魚)出汁に醤油を加えたつゆで食す
28 やせうま	大分県	ひもかわうどんの麺を茹で、砂糖と塩を入れたきな粉でまぶしたものを、そのまま、または冷まして食す
29 ごまだしうどん	大分県佐伯市	茹でたうどんの入った丼に、ごま出汁(エソ類などの焼魚、ごま、醤油などを攪り潰したもの)を湯に溶いたつゆをかけて食す
30 むつきり	熊本県八代市	椎茸や煮干しの出汁と一晩水に漬けた大豆を、濃いめの醤油で煮て冷やし、うどんにかけて食す

資料：奥村彪生『打ったり練ったりそばとうどん』、小田間多『新訂めんの本』より作成。

注：ここでは、広義でうどんになるものを含む。

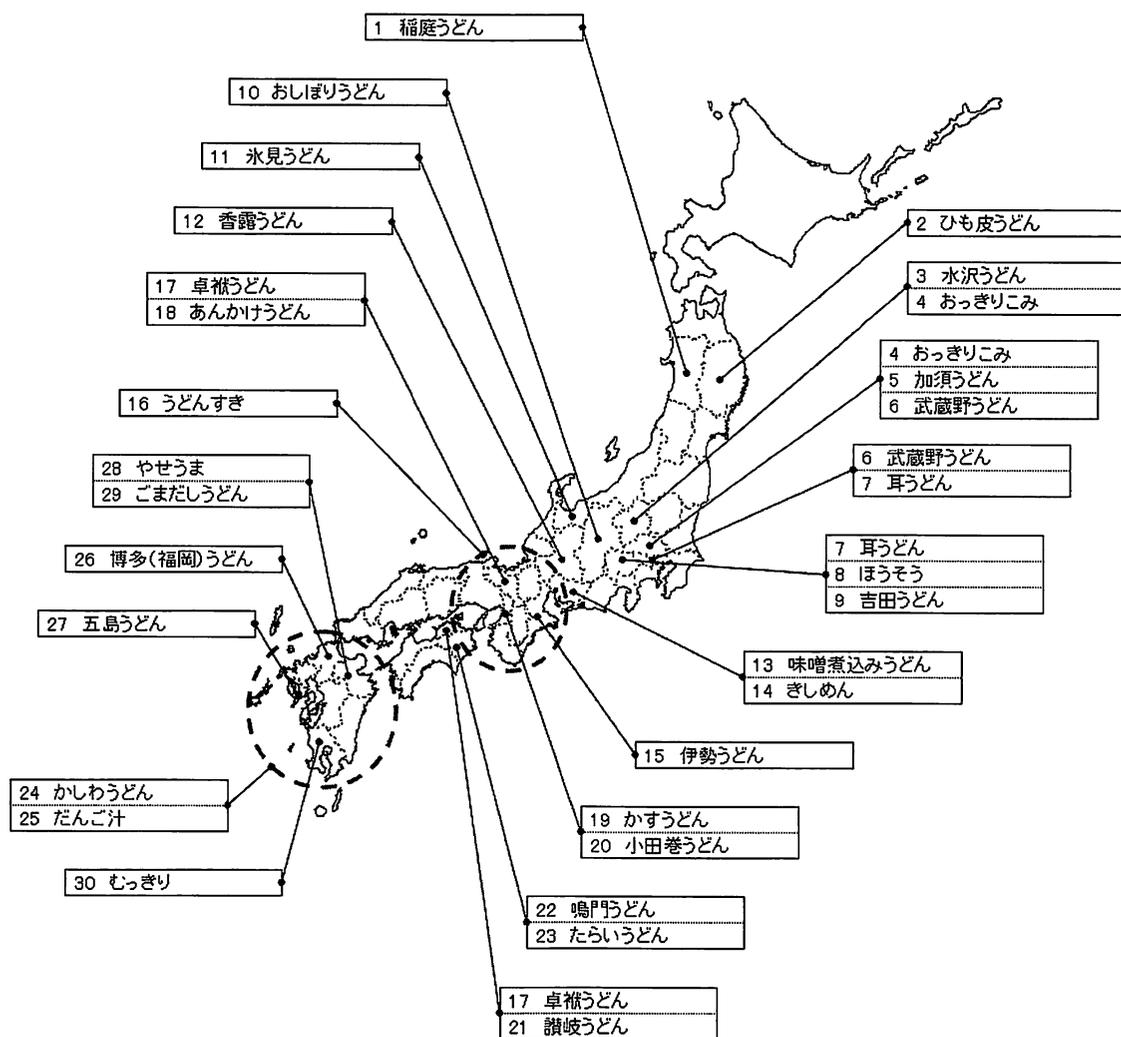


図3 地方うどんの分布図

資料：奥村彪生『打ったり練ったりそばとうどん』、小田間多『新訂めんの本』より作成。

注：地図上でさしている部分は、地方うどんの所在する地域の都道府県を示したものであり、特定の地域を示したものではない。

図3は、表8にて紹介した地方うどんを、それぞれの地域ごとにプロットしたものである。こうしたなか、地方うどんはその特徴から表9のように3つに大別することができ、1つは門前町型である。参詣者の多く集まる寺院では、うどんを日常的に食していることもあり、そこで培われたうどん打ちの技術が周辺住民へと伝播していくとともに参詣客目当ての店も登場し、質の良いうどんへと発展した。2つめは大都市型である。都市部では人の往来も多いうえ、良質な小麦や食材が多く集まるからである。これら2つの型は、職人が商品として発展させた点では共通しているが、前者は地場の産物を活かすものとして、後者は都市住民の嗜好に合わせたものとして発展しているという違いがある。そして最後の3つめが小麦産地型である。良質な小麦が大量にある産地では、作る人と食す人が同じ場合が多いことから、飾り気や洗練された部分は少ないかわりに、素朴さや庶民好みの味など、その土地の良さが備わっている。

表9 地方うどんの3つの型

	特徴	代表例
門前町型	寺社で培われたうどん打ちの技術が周辺に伝播していき発展	水沢うどん 伊勢うどん
大都市型	多数の人の往来や、良質な小麦や食材の流通から発展	うどんすき
小麦産地型	地場の風土や特産から発展	稲庭うどん 讃岐うどん

資料：アスペクト編『至宝の伝統食4 うどん』より作成。

4 まとめ

以上、食育とは何かを概観し、その取組状況を整理してきた。さらにうどんを多面的な角度から検討した。そこで、うどんの食育に果たす役割および今後の可能性を指摘しておきたい。

食育事業における麺関係の取組状況は、想像していたよりも少ないものであり、実際のうどんの消費状況と食育の相関があまり見受けられないことが分かった。

うどん自体、その特性がさまざまなものであり、製造方法の違いやその過程における行程の意味等は、学校等における教育として十分活用可能なはずである。また、うどん(麺)そのものの栄養素は少ないものの、食の形態は多種多様であることから、食し方や具との組合せを考慮すると、栄養学的にも多角的な視点での教材となりうる。さらに、うどんや具等の原料をみた場合、わが国の農業政策や生産状況、輸入依存状況等についても検討・議論する内容として十分ふさわしいものといえようし、近年、低迷が懸念されている食料自給率の問題を考え直すこともできよう。地方に目を転じてみると、その土地土地でさまざまなうどんが食されており、その歴史的な背景や地域における嗜好の違い、さらには特産品等を学ぶ良い機会にもなりうる。

残念ながら、うどんに関しては、当然、美味しい食べものとして愛されてきた他に、調理が比較的簡便で身近な食べものということで食される機会が多く、食育という視点ではほとんど機能してこなかったのではないか⁵⁾。前節にみたように、改めてうどんを見直してみると、教材としての潜在能力は相当なものと考えられることから、今後、教育現場や家庭、さらに店舗等において、消費者が食育の一環としてもうどんと接する機会が増えていくこと、また、うどんの消費が一過性のブームではなく、日本の食文化の一つとして根深く定着していくことを期待したい。

5) 瀬戸内短期大学では、うどんを通じた郷土の食文化を伝える教育実践を行っており、その取り組みが評価され、文部科学省の大学教育支援プログラム(特色GP)に選定されている。

参考文献

- [1] 青谷実千代 (2005) 「最近の食教育の動向」、大村省吾・川端晶子編『食教育論』昭和堂
- [2] アスペクト編 (2000) 『至宝の伝統食4 うどん』、(株)アスキー
- [3] 岡田哲 (1993) 『コムギ粉の食文化』、(株)朝倉書店
- [4] 奥村彪生 (2006) 『打ったり練ったりそばとうどん』、(社)農山漁村文化協会
- [5] 小田聞多 (1991) 『新訂めんの本』、(株)食品産業新聞社
- [6] 河合知子他 (2006) 『問われる食育と栄養士』、筑波書房
- [7] 河野美穂 (2007) 「食育白書は何を物語っているのか」『農業と経済』2007年7月号、5～12頁、昭和堂
- [8] 郡山雅史 (2006) 「食農教育が切り開く新しい暮らしの魅力とJA事業の展開」『農業協同組合経営実務』61 (12)
- [9] 食育基本法研究会 (2006) 『早わかり食育基本法』、大成出版社
- [10] 東京書籍編集部編 (1995) 『ビジュアルワイド食品成分表』、東京書籍株式会社
- [11] 鈴木洋子 (2005) 「児童の食育推進に関する研究：包丁技術の習得を手段として」
聖徳大学、博士論文 (栄養学)
- [12] 日刊工業新聞社雑誌編集部編『モノづくり解体新書 四の巻』、(株)日刊工業新聞社
- [13] 日本麺類業団体連合会 (2001) 『麺食のすすめ』、(株)柴田書店
- [14] 農林水産省編 (2007) 『食料・農業・農村白書 平成19年度版』農林統計協会
- [15] 吉田勉 (1999) 『新食品加工学』、医歯薬出版(株)
- [16] 吉田照男 (2003) 『図解 食品加工プロセス』、(株)工業調査会

出雲そば虚実

～神在月出雲全国そばまつりと出雲そば～

川上正夫
(有限会社 ワンライン)

神在月出雲全国そばまつり

出雲といえば「出雲そば」と思われている。なぜか？はっきりわからないが先人たちの努力の結晶である。それを究明するには第一次史料の発掘から始めなければならぬ今後の課題である。私は県外からおいでになるお客様が出雲そばを食べたいとおっしゃるのが不思議に思えて、出雲そばとは何なのかはっきりさせようと考え、5年がかりで「おいしい出雲そばの本」を2000年に発行した。出雲そばについてまとめた本としては今のところこれを凌駕するものはない。そして、最近「出雲そば街道」というタイトルで、「出雲国風土記」の記述範囲内にあるところのそば店のガイドブックをつくった。文中で出雲そばの概略をまとめた。

冷静に考えて、名声ではなく出雲そばの実力はどうか？出雲そばのレベルは高いのか低いのか？はっきりさせねばと思い始めた。ちょうどそのころ、出雲市議会の3名の議員さんが出雲そばまつりを開催して、出雲そばをひろめようと言いつつ、1円のお金もないところから、やればできるという信念のみで準備を始め、私も手伝うはめになった。2001年秋ごろから2002年11月2日開催初日まで何十回ともなく準備会を持った。出雲市民をあげての実行委員会組織づくりと資金集めに奔走した。

第1回のそばまつりは神荒ぶる土地にふさわしく(?)、めったにない荒天で、雨、風、アラレ、雷とすさまじい寒さの中で行った。岩手県盛岡市のわんこそば店東屋のスタッフの方が「岩手より寒いので、出雲にくるのはいやだ」とまで言われてしまった。しかし、お客様は押すな押すなの盛況で、昔の出雲大社の祭で「大祭礼」というにぎわう祭があったが、年配の方から「まるで大祭礼のようだ」と言われ、うれしさのあまり涙がでた。そして、今年2007年の10月26・27・28日の3日間のまつりで第6回目を迎えるにいたった。

このまつりは、出雲そばの力を蓄えるのに一役買っていることはまちがいない。そば店の地位の押し上げ、そば栽培の見直し、出雲そばの知名度アップ、出雲のPR、そば研究の深化、産業育成と限りなく広がりを見せ始めた。イベントが単なるイベントに終わらないところがよく、言い出しっぺの3人の市議員さんたちも喜んでいる。そば店を出店して下さる方で、新潟県小千谷市の「わたや^{おじや}」さんは、「そば屋さんより、そばとは無縁の一般市民がまつりを支えておられるのは驚きだ」とおっしゃられた。「うらやましい」とも言われた。

現在、このまつりに対するそば店出店希望者や特産品販売店出店希望者も増え出して、このまつりが着実に根づいていることを実感する。皆さんに喜んでもらえて地産地消の輪が広がり新たな産業起こしに発展しそうでである。みちのく書房発行「蕎麦王国山形」(1995年3月発行)の中で、木村重道さんは「出雲大社の境内近くの出雲そばもゴソゴソして有名なほどに食べない。東京にも、出店なのか出雲そばと看板を出している店があるが、多少都会風に調整しているから現地のものよりましである。」と書かれていた。私はこれを読んで、出雲そばはこのままではいけないと思った。あれから10年余りたっ

た今、少しは成長したであろう出雲そばを、木村さんは草葉の陰から「良くなったなあー」と言ってくださるかもしれないと思う。「おいしい出雲そばの本」の本づくりの締めくくりは、山形に行ってそばを食べることだったので、出版した後に妻と2人で自家用車に乗って出かけた。山形のそばを堪能した。

そばで思い出すことに今一つ韓国のそばのことがある。日本の週刊誌の中に韓国のそばが紹介しており、写真を見ると日本そばとそっくりである。機会をとらえて私は食べに行き、現地の人にも聞いたが、日本そばとは材料も違い、似て非なるものであった。ハハマウルという観光地にある店で、釜山から急行列車に乗り、そしてタクシーで行ったが、夜になってホテルに帰るとどっと疲れが出てしまった。がっかりであった。しかし、どこかに日本そばの源流があるのではないかという思いを捨て切っていない。ゆとりができれば、韓国のそば、日本そばの源流捜しの旅に出たい。

この韓国でのそば捜しの折、ハハマウルに向かう列車の中で、乗り過ごしてはならずと駅ごとに駅名を手帳に漢字で書いている私の様子を見ていた隣席の若者が私に話しかけてくれた。どうも、カツオの1本釣りの漁師であり、仕事を終えて我が家に帰る道中のようなのである。缶ビールとつまみをおごってくれた。気持の良い青年で、私と身ぶり手ぶりで話すまでは私を最初は中国人かと思ったようだ。漢字で駅名を書いているのを見て、そう思ったらしい。私は何もプレゼントするものがなかったので、小銭入れにあった500円硬貨1枚を彼が席を立つ別れ際に渡して御礼に代えた。私はすっかり韓国びいきになってしまった。

出雲そば商連絡協議会の誕生

そばまつりがきっかけになり、そば屋さんの組織づくりを始めた。何ととってもそば屋さんが手をつながないことにはどうにもならない。私と田辺達也さん(そばまつり副幹事長)と入れ替わり立ち替わりして羽根屋店主石原一徳さんに「組織を早く作れ！」と迫った。その努力が実って、2004年10月4日、組合組織まではいかなかったが、「出雲そば商連絡協議会」が、15店参加のもと結成された。役員、規約を決定し2ヵ月に1回研究会を今日まで切れることなく開催しておられる。イベントへの参加、そば料理試食会、出雲そば店めぐりスタンプラリー事業、ホームページ作成(マイプレ)など活動しておられる。中でも一番勉強になることは、他店のそばを食べて他店のワザを舌で盗むことであるようだ。勉強熱心な方は、他店の味を試した後、「これでは自分はいけない」と発奮して、石臼を導入して自家製粉に取り組み、そば打ちを息子さんに代替り、みごと細打ちの舌ざわりのよいそばに変身させ、お客様は増え客層のレベルアップも図り、平日でも行列のできる店にしてしまった。私の会社ワン・ラインの近くにあるこの店は、私が「おいしい出雲そばの本」を造るために毎日通い、一つのそばの味を覚えた店である。ところが、いつしかこの店のそばが食べられなくなって2、3年経ったころ、ラーメンではなくふと「そば」を注文して食べたところ、味が違うではないか！店主にすぐたずねた。玄そばを仕入れ、石臼を導入して自家製粉に踏み切ったというではないか。私はふたたびこの店のそばを食べるようになった。昨年春過ぎのころのように思う。この組織ができたおかげでこのような店が現れたのである。次に続く店が出てくることを期待している。ちなみにこの店の玄そばは全て地元で栽培したものである。地産地消を守っている。

この協議会の現在の会長は2代目となる田中富雄氏である。

出雲そばの生産について

出雲市内におけるそば生産は趣味程度であって、神在月出雲全国そばまつりが初めて開催された2002年の実績は栽培約3ヘクタール、収穫量2トンであった。地元の粉でそば打ちがしたいという気運が盛り上がり、2003年9月8日、「出雲そば生産組合」が発足した。組合長山根馨^{かおる}氏、副組合長高野義徳氏。事務局はJAいずも営農企画課に置いた。組合員は、4団体と個人17人でスタート。当初栽培面積は12、3ヘクタール。2003年度より、地域・県の補助事業などの実施により、地域における生産・流通・販売が一体となった重点的な取組みを推進した。

出雲そば生産組合が生産したそば粉を取り扱うそば店に対してはポスターの配布とのぼりの貸与を行っている。

また、2005年8月9日に湖陵町に焼酎工場が完成し、同年12月17日にはそば焼酎の販売が始まった。製造初年度分5,000本はすぐに完売。2007年産は15,000本の製造を計画している。原材料として組合で生産したそばを使用している。

出雲そば生産組合の生産実績及び計画

	2003(平成15年度)	2004(平成16年度)	2005(平成17年度)	2006(平成18年度)	2007(平成19年度)(計画)
作付面積	11.0ha	31.4ha	55.0ha	58.0ha	70.6ha
生産量	4.9 t	5.3 t	27.0 t	43.1 t	35.0 t (過去の平均反収) 50 kg/10a
栽培地	古志・神西・神門 荒茅・朝山・稗原 (6地区)	古志・神西・神門 荒茅・朝山・稗原 川跡・園・高松・ 四絡 (10地区)	古志・神西・神門 荒茅・朝山・稗原 川跡・園・高松・ 塩冶・四絡・佐田 (12地区)	古志・神西・神門 荒茅・朝山・稗原 川跡・園・高松・ 塩冶・四絡・佐田 (12地区)	古志・神西・神門 荒茅・朝山・稗原 川跡・高松・塩冶 四絡 (10地区)

栽培種は、「信濃」「在来種」「宮崎大粒」である。

島根県の取り組み

島根県のそばに対する行政上の支援活動は今後に期待したい。2005年度より3ヶ年計画で「出雲そばプロジェクト(仮称)」を設け、優良種子の安定供給、安定栽培技術の確立・普及、出雲そばの全国ブランドとしての普及に取り組んでいる。その中で、出雲そばオリジナル品種育成検討協議会が持たれている。横田在来の小そば、松江在来(秋鹿町)、信濃1号などの品種比較が試みられている。観光産業立国を目指す上で、「食」の地位を見直し、出雲そばの地位向上を図るなら品種研究は欠かせないものである。今後の継続研究を期待し、新品種を育ててもらいたいと願う。

「出雲そばりえ」制度について

NPO法人まつえ・まちづくり塾が募集している「出雲そばりえ」は、ソムリエそのものであり、出雲そば店を案内したり、そばのメニューを紹介したり、そばに関する知識を披露したりと幅広い活動をしてもらうものである。

総合出雲そばりえ認定基準

以下1~4まですべて満たすこと

1. 出雲そばの店を20店以上食べ歩いた
2. 出雲そばを10日に1度以上は食べる
3. 出雲そばを打ったことがある
4. 出雲そばのうんちくを3つ以上話せる

部門別出雲そばりえ認定基準

以下それぞれについて認定(複数可)

- A** 食べ歩き出雲そばりえ
出雲そばの店を50店以上食べ歩いた
- B** 食べまくり出雲そばりえ
出雲そばを3日に1度以上は食べる
- C** 打ちまくり出雲そばりえ
出雲そばを打って人にまかなえる
- D** 知ってるよ出雲そばりえ
出雲そばのうんちくを10以上話せる

ゴールデン出雲そばりえ認定基準

部門別A~Dすべて満たすこと

特典

- ・認定証を進呈
- ・認定出雲そばりえ
名刺50枚(名前入り)
を制作、贈呈



認定費用 2,000 円

認定の流れ



出雲そばりえ 7つの掟

- 一、出雲そばを食べなくてはいけない。
- 一、そば通ぶってはいけない。
- 一、どこのそばが一番うまいなどと口走ってはいけない。
- 一、出雲そば案内人の自覚と誇りを持たねばならない。
- 一、食べたことのないそば屋を発見したら、すぐ食べる。
- 一、決してうどんの悪口をいわない。
- 一、出雲そばを生み出した地域の風土と歴史を愛する。

おわりに

「神在月出雲全国そばまつり」というイベントがきっかけになり、出雲そばを現代において問い直し、歴史の中から真実を見だし、ローカルブランドの実力を冷静に判断してさらなる向上発展を図りたいと思う。

私はそば屋ではないが、本造りから始まったあまり好きではないそばとのつきあいからして、郷土愛からか、意外にも深くかかわってしまった。一消費者として出雲そばの成長を願わずにはいられない。そばで地域起こしを行っている産地は多い。出雲はそのような他地域と比較した時、どのような位置にあるのか検討せねばなるまい。そして地力をつけるべく日々の努力を重ねねばならない。スタートラインに立ったばかりだ。ゴールは遠い。くじけずに研鑽を積みたい。こんなことを言うと、出雲のそば屋さんから叱られそうだ。だが、憎まれ役も必要だ。

神在月出雲全国そばまつりの推移 2002～2006

第1回 第5回

	① 入場者数	② 決算利益 (千円)	③ 収 入 (千円)	④ 支 出 (千円)	⑤ そば店売上額<県内> (千円)	⑥ そば店売上額<県外> (千円)	⑦ そば店の売上合計額 (千円)	⑧ 特産品販売額 (千円)	⑨ ケーポン券協力店(会報外のそば店の店頭で利用)売上高 (千円)	⑩ 主催者側ケーポン券販売収入 [1冊千円] (千円)	⑪ のぼり広告収入 [1本1万円] (千円)	⑫ シャトルバス利用者数 (3日集)	⑬ そば打ち体験者数 (3日集)	⑭ 出雲市補助金 (千円)
第1回 2002年	14,216人	黒字 1,963	31,425	29,462	(6店) 4,746	(6店) 4,571	9,317	(29店) 5,583	初年度はなし	15,000	5,500	1,025人	54人	8,000
第2回 2003年	20,300人	0	30,614	30,614	(9店) 6,675	(5店) 5,086	11,761	(27店) 9,069	1,648	17,180	1,140	5,310人	129人	7,000
第3回 2004年	13,500人	黒字 415	25,171	24,756	(7店) 4,536	(5店) 5,359	9,895	(30店) 8,821	1,847	13,030	1,080	4,931人	119人	7,000
第4回 2005年	17,300人	黒字 3,131	27,536	24,405	(6店) 4,237	(6店) 6,026	10,263	(26店) 9,965	3,674	13,165	2,750	5,117人	122人	6,500
第5回 2006年	16,100人	黒字 1,451	27,157	25,706	(6店) 3,548	(6店) 6,146	9,694	(28店) 9,984	4,075	14,542	1,400	6,811人	98人	6,500
(平均)	(16,283人)	(黒字 1,392)												第6回 5,000 (予算組み決定)

[見込客数資料]

(1) 第一次集客圏人口

出雲市	87,000人
平田市	29,000人
斐川町	26,800人
佐田町	4,500人
多伎町	4,200人
湖陵町	5,800人
大社町	16,000人
計	173,300人

(例) 10%集客—17,300人
5%集客— 8,665人

(2) 第二次集客圏人口

宍道町	9,400人
玉湯町	6,000人
松江市	152,000人
大田市	33,600人
仁多町	8,700人
横田町	7,900人
大東町	14,600人
加茂町	6,700人
木次町	10,000人
三刀屋町	8,500人
掛合町	3,900人
頓原町	3,000人
計	264,300人

(例) 5%集客—13,215人
3%集客— 7,929人

(3) 第三次集客圏（上記以外の県内・県外と当日客）

※県外は主に広島をターゲットとする。

(4) 入場料

(例) 大人1人300円、4枚1組1,000円の前売り券
例えば前売券8,000枚×1,000円=8,000,000円売上

(5) 駐車台数

(例) 1日10,000人来場
10,000×70%=7,000人
(1台に3人乗車×3回転=9人)
7,000÷9=800台必要

そばまつり抽選券 内訳状況 2002年

	男	女	計	備考
市内	2,252	2,764	5,016	52.98%
一市一部(平田市・鶴川郡)	933	1,079	2,012	21.25%
松江市	273	306	579	
県内	387	387	774	
鳥取	90	88	178	
広島	244	271	515	
山口	45	53	98	
岡山	27	29	56	
兵庫	19	27	46	
大阪	15	31	46	
京都	8	5	13	
滋賀	3	1	4	
和歌山	1		1	
奈良	2	1	3	
北海道	2		2	
宮城	1		1	
山形	1		1	
福島		1	1	
茨城	2	1	3	
群馬	1	2	3	
埼玉	5	3	8	
千葉	1	8	9	
東京	7	11	18	
神奈川	8	5	13	
福井	1	1	2	
静岡	5		5	
愛知	3	5	8	
三重	2		2	
徳島	4	4	8	
香川	3	3	6	
愛媛	8	4	12	
高知	1	2	3	
福岡	9	4	13	
長崎	1	2	3	
熊本		2	2	
宮崎	2	2	4	
計	4,366	5,102	9,468	

2003 神在月出雲全国そばまつり

駐車場・シャトルバス等計画（案）

駐車場について

- 出雲文化伝承館北駐車場 普通乗用車 147台 TEL 21-2460
(バス 6台)
南駐車場 普通乗用車 70台
- 島根森紙業 臨時駐車場 普通乗用車 900台 TEL 21-5120
- 大社町みせん広場臨時駐車場 普通乗用車 110台 TEL 53-6500
- 島根ワイナリー駐車場普通乗用車 150台 TEL 53-5577
- 出雲ドーム駐車場普通乗用車 600台 TEL 25-1006
- 出雲ポンプ駐車場普通乗用車 30台 TEL 22-5008
- イズテック駐車場普通乗用車 40台 TEL 22-5630
- 出雲市役所駐車場普通乗用車 90台 TEL 21-2211

合 計 2,067台

そばまつり集客目標3日間15,000人(1日あたり5,000人)

11月1日(土)2日(日)3日(月)

10時から16時まで、最終日は10時から15時まで

出雲文化伝承館

ピーク時(11時30分から13時30分)2,500人

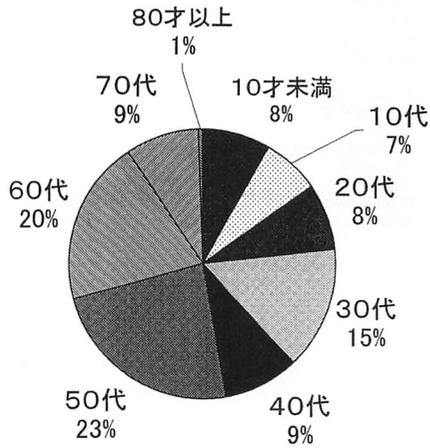
(1台の車に2.5人乗車として、1,000台の駐車場が必要。)

現在確保している駐車場は、2,067台

お客様アンケート 2006年

設問2 年齢は？

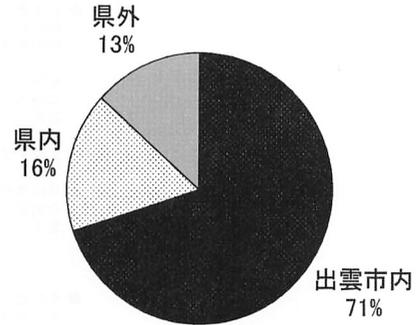
項目	データ数
1 10才未満	25
2 10代	21
3 20代	24
4 30代	44
5 40代	27
6 50代	71
7 60代	59
8 70代	26
9 80才以上	2
計	299



お客様アンケート 2006年

設問3 お住まいは？

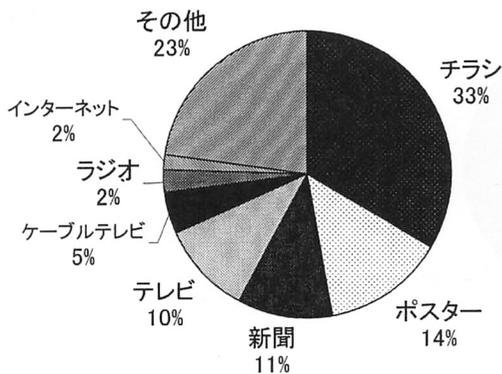
項目	データ数
1 出雲市内	208
2 県内	49
3 県外	40
計	297



お客様アンケート 2006年

設問4 このイベントを何でお知りになりましたか？

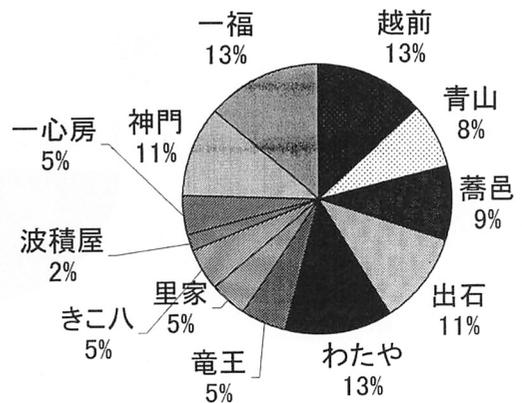
項目	データ数
1 チラシ	122
2 ポスター	50
3 新聞	39
4 テレビ	38
5 ケーブルテレビ	17
6 ラジオ	9
7 インターネット	6
8 その他	83
計	364



お客様アンケート 2006年

設問5 印象に残ったそば店はどこですか？

項目	データ数
1 越前	71
2 青山	41
3 蕎麦	47
4 出石	59
5 わたや	68
6 竜王	28
7 里家	24
8 きこ八	26
9 波積屋	11
10 一心房	24
11 神門	58
12 一福	72
計	529



お客様アンケート 2006年

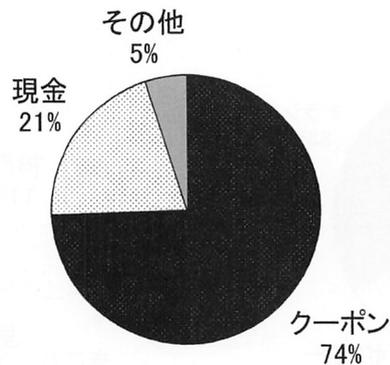
設問6 どんな(何処の)そばを食べてみたいと思われますか？

● そばの産地について		● 地方について	
信州そば	24	他県のそば	9
わんこそば	15	東北地方	4
出雲そば	9	山形	3
割子そば	7	奥出雲	3
瓦そば	2	全国	2
沖縄そば	2	北海道	2
三瓶そば	2	秋田	1
江戸前そば	2	群馬	1
戸隠そば	1	東京	1
越後そば	1	茨城	1
		北海道音威音府 大社	1
			1
● そば店について		● メニューについて	
わたや	10	十割そば	4
越前そば	8	たぬきそば	2
出石そば	3	ざるそば	2
蕎麦	3	きつねそば	2
高橋名人	3	山菜そば	1
羽根屋	1	グリーンそば	1
おぎや	1	ちゃんこそば	1
大握そば	1	あんかけそば	1
神門	1	卵入り	1
青山学舎	1	具がたくさん入っているそば	1
亀嵩駅	1	カレーそば	1
竜王	1	山かけ	1
		松坂牛肉のそば	1
		納豆そば	1
● その他			
そばの香りがし、コシのある柔らかめ	1		
たれを多く	1		
西と東の違い	1		
そばの味が濃いそば	1		
のどごしがよい	1		
たれの旨い	1		
おいしいそば	1		
そばっぽくないそば	1		
こしの強いそば	1		
こしが強いそば汁が旨い	1		
白いそば	1		
安い店(手打ち)	1		
色の濃いそば	1		

お客様アンケート 2006年

設問7 クーポン券スタイルについて

項目	データ数
1 クーポン	199
2 現金	55
3 その他	13
計	267



2006そばまつり前売りクーポン券・のぼり旗販売実績

並びに2007そばまつり前売りクーポン券・のぼり旗の割当

【前売りクーポン券】

団体・組織	H18割当	H18実績	H19割当	備考
出雲商工会議所	3,700冊	3,923冊	3,700冊	
JAIいずも	2,200冊	2,201冊	2,200冊	
高松自治協会・商工振興会	500冊	500冊	500冊	
市議会	340冊	292冊	340冊	
平田商工会議所	700冊	308冊	700冊	
大社商工会	600冊	600冊	1,200冊	出雲商工会 に合併
佐田町商工会	200冊	110冊		
多伎町商工会	200冊	200冊		
湖陵町商工会	200冊	200冊		
実行委員	1,300冊	1,549冊	1,300冊	
市役所	2,060冊	1,925冊	2,060冊	
合 計	12,000冊	11,808冊	12,000冊	

【のぼり旗】

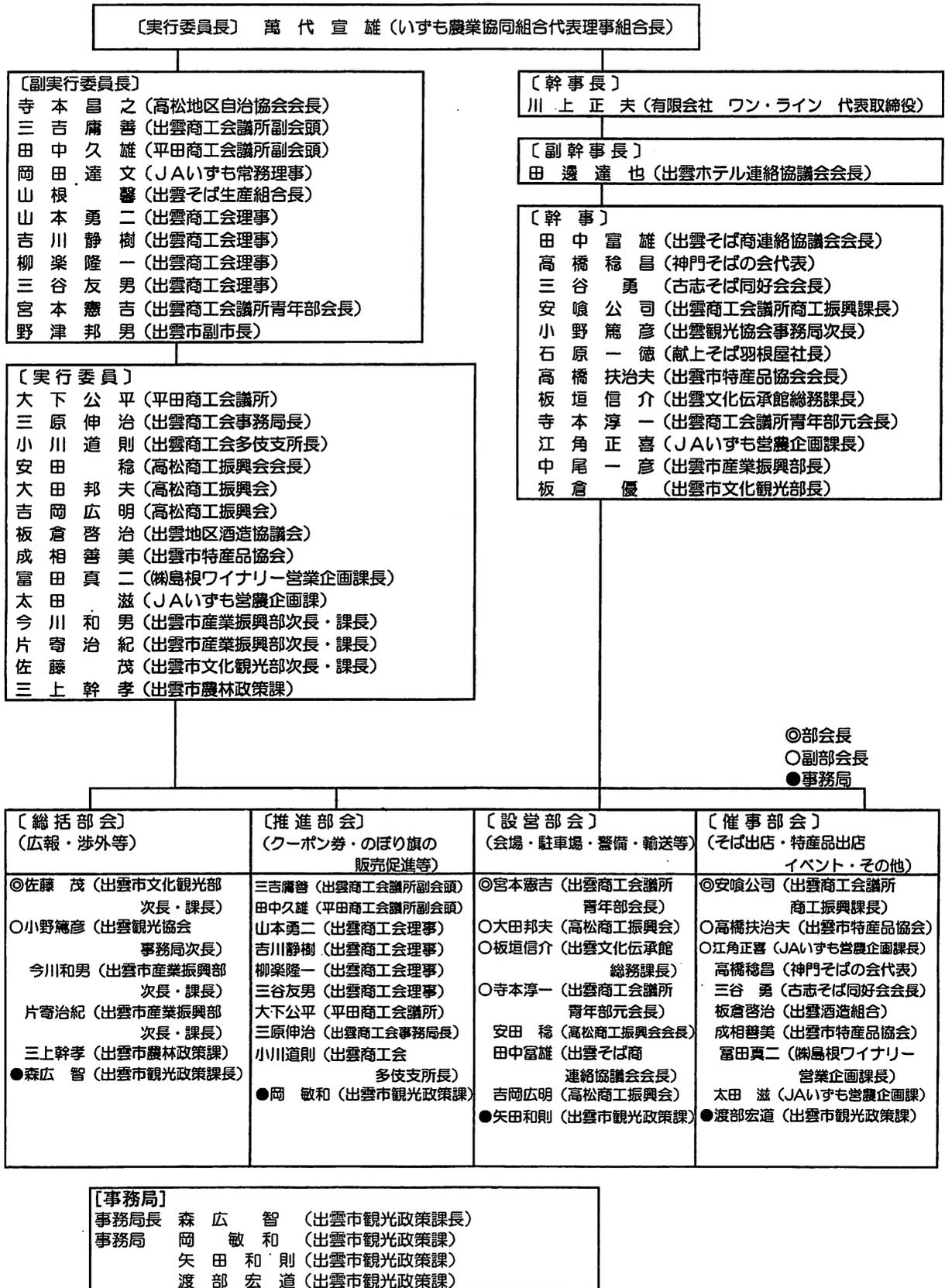
	H18割当	H18実績	H19割当	備考
出雲商工会議所	50本	73本	60本	
平田商工会議所	10本	3本	10本	
大社商工会	8本	8本	20本	出雲商工会 に合併
佐田町商工会	3本	3本		
多伎町商工会	3本	0本		
湖陵町商工会	3本	2本		
高松自治協会・商工振興会	0本	0本	5本	
JAIいずも	20本	21本	25本	
市役所	23本	16本	17本	
実行委員		12本	13本	
合 計	120本	138本	150本	

神在月出雲全国そばまつりクーポン協力店年度別実績

店名	15年度(第2回)	16年度(第3回)	17年度(第4回)	18年度(第5回)	年度平均	1日平均
実施日数	3	3	7	8		
献上そば羽根屋本店	198,100	238,100	440,400	401,400	319,500	60,857
献上そば羽根屋大津店	131,900	173,900	279,200	295,100	220,025	41,910
献上そば羽根屋ジャスコ店	321,300	357,500			339,400	113,133
献上そば羽根屋伝承館店			115,500	396,100	255,800	34,107
さの屋			336,000	386,900	361,450	48,193
そば縁		244,700	660,900	667,800	524,467	87,411
そば処神門	68,900	174,300	289,800	374,500	226,875	43,214
ニュー里家本店			13,000	19,000	16,000	2,133
風月庵	79,000		286,300	346,400	237,233	39,539
やびや手打そば・うどん店	94,400	106,700	158,300	142,100	125,375	23,881
大握そば	206,200				206,200	68,733
出雲手打そば もんぜん			23,100	21,400	22,250	2,967
おくに	30,700	41,200	58,300	58,500	47,175	8,986
田中屋	30,800	11,500	73,500	57,300	43,275	8,243
手打ちそば大正庵		31,900	69,000	67,600	56,167	9,361
平和そば本店	165,200	113,300	159,500	128,000	141,500	26,952
そば処 八雲	74,000				74,000	24,667
やしろや そば屋		81,600			81,600	27,200
味処すさのお			84,200	78,800	81,500	10,867
そば処波積屋	248,100	272,900	627,600	565,900	428,625	81,643
手打ちそば隆盛				69,000	69,000	8,625
総年度合計	1,648,600	1,847,600	3,674,600	4,075,800		
出店数	12	12	16	17		
店平均(総額)	137,383	153,967	229,663	239,753		
店平均(1日当り)	45,794	51,322	32,809	29,969		

※1日当りの平均は、定休日を考慮していません

2007神在月出雲全国そばまつり実行委員会組織（案）



2007神在月出雲全国そばまつり 予算(案)

収 入					
項 目	内 訳	H19予算額 (a)	H18予算額 (b)	比較 (a)-(b)	H18決算額
クーポン券販売収入	前売り 900円×12,000冊	10,800,000	10,800,000	0	10,627,200
〃	当日 1000円×5,000冊	5,000,000	5,000,000	0	3,915,000
そば売上手数料	売上クーポン分13,000,000円×15%	1,950,000	1,800,000	150,000	1,699,200
そば売上手数料	売上現金分2,500,000円×15%	375,000	225,000	150,000	367,170
県内そば出店料	1万円×6店×3日	180,000	180,000	0	180,000
特産品売上手数料	売上クーポン分 3,000,000円×10%	300,000	450,000	△ 150,000	270,150
特産品売上手数料	売上現金分7,300,000円×10%	730,000	350,000	380,000	733,876
特産品出店料	1万円×40小間×3日	1,200,000	1,080,000	120,000	1,260,000
広告収入	チケット・チラシ等	400,000	400,000	0	350,000
協賛金	のぼり旗収入 1万円×150本	1,500,000	1,000,000	500,000	1,380,000
補助金及び負担金	市	5,000,000	6,500,000	△ 1,500,000	6,500,000
雑入	預金利息等	50,000	23,000	27,000	128,823
合 計		27,485,000	27,808,000	△ 323,000	27,411,419

支 出					
項 目	内 訳	H19予算額 (a)	H18予算額 (b)	比較 (a)-(b)	H18決算額 (b)
会場設営・撤去費及びリース料	テント仮設工事・机椅子等リース料	1,800,000	2,000,000	△ 200,000	1,803,480
	そば店舗等建築工事	995,000	1,000,000	△ 5,000	997,500
	給排水ガス工事	1,070,000	1,500,000	△ 430,000	1,078,140
	電気設備工事	995,000	800,000	195,000	997,500
	看板等作成設置工事	435,000	350,000	85,000	437,850
	冷蔵車両リース料	105,000	100,000	5,000	105,000
	小計	5,400,000	5,750,000	△ 350,000	5,419,470
イベント開催費	イベント等開催費	1,000,000	600,000	400,000	455,198
人件費	清掃食器洗等	350,000	400,000	△ 50,000	294,700
	のぼり旗設置・撤去費	200,000	200,000	0	197,410
	ゴミ類運搬費	25,000	30,000	△ 5,000	24,674
	救護(看護師)	15,000	20,000	△ 5,000	16,000
	庭内外駐車場・警備	680,000	550,000	130,000	672,000
	小計	1,270,000	1,200,000	70,000	1,204,784
シャトルバス借上料	中型車5台×3日分	850,000	800,000	50,000	845,000
県外出店者旅費	6店×2名概算	1,000,000	500,000	500,000	523,280
広告費	テレビ・ラジオ・新聞等	320,000	300,000	20,000	321,500
	のぼり製作費(旗・竿各100組)	500,000	350,000	150,000	443,928
	ポスター・チラシ等作成費	590,000	500,000	90,000	595,920
	小計	1,410,000	1,150,000	260,000	1,361,348
クーポン券作成費	17,000冊(税込み)	540,000	600,000	△ 60,000	540,000
各種負担金	全額協負担金	30,000	30,000	0	30,000
	伝承館負担金(使用料)	28,000	50,000	△ 22,000	28,000
	光熱水費負担金(使用料)	185,000	150,000	35,000	184,704
	小計	243,000	230,000	13,000	242,704
事務費	オープニングセレモニー概算	21,000	20,000	1,000	21,000
	イベント保険料	93,000	105,000	△ 12,000	93,320
	事務費ほか	25,000	90,000	△ 65,000	27,968
	小計	139,000	215,000	△ 76,000	142,288
備品費		100,000	100,000	0	630,000
実行委員会等開催経費		125,000	150,000	△ 25,000	127,710
雑費		320,000	475,000	△ 155,000	323,067
出店者返還金	県内外そば・特産品出店者、会場外そば店への返還金	14,200,000	14,175,000	25,000	14,029,500
予備費		888,000	1,863,000	△ 975,000	0
決算剰余金				0	1,567,070
合 計		27,485,000	27,808,000	△ 323,000	27,411,419

H17・18決算分

項目	内訳	金額	合計
積立金	H17決算剰余金を積立	3,131,049	3,131,049
	H18決算剰余金を積立	1,567,070	4,698,119

2007 神在月

出雲全国そばまつり

無料シャトルバスのご案内

◎シャトルバスの発着場

- 1 出雲市駅
- 2 島根ワイナリー
- 3 島根森紙業

●シャトルバス 発着地
●指定駐車場

※ご来場の際は、上記の指定駐車場、または無料のシャトルバスをご利用ください。

なお、期間中は混雑が予想されますので十分に注意してご来場ください。

◆無料シャトルバス運行経路 (朝9時30分から運行開始)

- 1 JR出雲市駅 → 出雲文化伝承館 → JR出雲市駅
(約50分間隔で運行)
- 2 島根ワイナリー → 出雲文化伝承館 → 島根ワイナリー
(約20分間隔で運行)
- 3 島根森紙業 → 出雲文化伝承館 → 島根森紙業
(約20分間隔で運行)

【お願い】 路上駐車は絶対にしないでください。
車上狙いにご注意ください。(車内には貴重品を置かず、ドアロックを必ずしましょう)

島根県立古代出雲歴史博物館
企画展 弥生王墓誕生

平成19年 10月12日(金)～12月16日(日)
休館日:10月16日、11月20日

主催/2007神在月出雲全国そばまつり実行委員会

後援/島根県・朝日新聞松江総局・読売新聞松江支局・毎日新聞松江支局・産経新聞松江支局・中国新聞社・日本経済新聞社松江支局・山陰中央新報社・島根日日新聞社・NHK松江放送局・BSS山陰放送・山陰中央テレビ・日本海テレビ・エフエム山陰・株式会社エフエムいすも・出雲ケーブルビジョン・ひらたCATV株式会社・神話の国 縁結び観光協会・出雲観光協会・全国麺類文化地域間交流推進協議会・社団法人島根県観光連盟(順不同・敬称略) 協力/島根森紙業(株)出雲事業所・株式会社島根ワイナリー(順不同・敬称略)

事務局/出雲市役所観光政策課
TEL(0853)21-6588 FAX(0853)21-6730
【問合せ先】 ※土日は出雲市文化観光案内所 TEL(0853)30-6015・出雲観光協会 TEL(0853)53-2112
E-mail:kankou@city.izumo.shimane.jp

【裏面にそばまつり内容を記載】

2007年

10月26日(金)・27日(土)・28日(日)

◎10時～16時(最終日28日は15時まで)
出雲文化伝承館

2007年

10月26日(金)・27日(土)・28日(日)

◎ 出雲文化伝承館 10時～16時(最終日28日は15時まで)

2007 神在月

出雲全国 そばまつり



全国有名産地そば処出店



地元島根から出雲そばほか

- そば工房 一心房(吉賀町)
- 奥出雲そば 一福(飯南町)
- そば処 はないかだ(大田市)
- 鶴華波積屋(斐川町)
- そば処神門(出雲市)
- 風月庵(出雲市)

- 鳥取 日野川源流そば
- 兵庫 出石皿そば
- 福井 越前そば道場

岩手 わんこそば 東家

広島 達磨 高橋邦弘名人

東京 江戸流手打ちそば 青山学会

◆ 地元特産品販売

出雲地方の豊かな自然の中で育まれた 海の幸・山の幸がズラリ!!(予定)

◆ 出雲文化伝承館特別展(有料)

「出雲焼と京焼の名品展」(10/19～11/25)

◆ そばリレートーク

出雲そばの魅力と特色を語ります。

◆ そば打ち体験道場(指導/稗原そば生産組合・古志そば同好会)

自分の手でそばを打ち、美味しくいただきますか。

◆ そば文化展示 そば文化・歴史に触れてください。

◆ 地元伝統芸能公演

大津三谷神社獅子舞・赤塚神楽・塩津神楽

JAいずも女性部公演・おしゃべりマジック(南目一座)等

※イベント内容については変更する場合があります

好評発売中!!

クーポン券

前売り 900円(税込)

当日 1,000円(税込)

特典/① 食事・買物券(500円券+100円券×5枚) 1,000円

② 市内10温泉入浴割引券つき

出雲平成温泉・北山健康温泉・出雲ドーム光明石温泉・出雲ゆうプラザ・出雲須佐温泉ゆかり館・多伎いちじく温泉・クアハウス湖陵・出雲駅前温泉らんぷの湯・湯元桶縫 割煮温泉ゆらり・えんや温泉

販売場所券 ● JAいずも各支店 ● 出雲商工会議所 ● 平田商工会議所 ● 出雲商工会と出雲商工会各支所 ● 出雲観光協会 ● 出雲市文化観光案内所 ● 出雲文化伝承館 ● 市役所観光政策課 他

※クーポン券は、そばまつり会場だけではなく、下記の指定のそば店、ナイトビジネス店等でもご利用になれます(使用方法等はクーポン券をご覧ください)

◆ そば店(指定のそば店は10月26日～11月4日まで使用できます)

- そば処おくに(出雲市大社町杵築東)
- そば処 神門(出雲市常松町)
- さの屋(出雲市塩冶善行町)
- 味処すさのお(出雲市佐田町原田)
- そば縁(出雲市浜町)
- 出雲手打ちそば大正庵(出雲市大社町杵築南)
- そば処 田中屋(出雲市大社町杵築東)
- 鶴華波積屋(福井県越前市)
- 羽根屋本店(出雲市今市町)
- 羽根屋大津店(出雲市大津町)
- 羽根屋伝承館店(出雲市浜町)
- 手打ちそば処はやし(出雲市平田町)
- 風月庵(出雲市塩冶町)
- 出雲手打ちそばもんぜん(出雲市小境町)
- 手打ち出雲そばやびや(出雲市今市町)
- そば処やま田(出雲市今市町ラピタ本店1F)

◆ ナイトビジネス店(10月29日～11月29日の月～木曜まで使用できます。金・土・日は使用できません)

WEST(出雲市今市町)・ラーメン エトアール(出雲市今市町)・鮎・居酒屋 かなひな(出雲市萩町)・カフェパンビーノ(出雲市姫原)・ギャルソン(出雲市今市町)・呉竹館(出雲市今市町末広町)・KEN'S BOX(出雲市今市町塚原)・酔夢館(出雲市今市町)・すし日本海(出雲市高岡町)・スナックいこい(出雲市今市町)・スナックはるみ(出雲市今市町)・スナックボギー(出雲市今市町)・酒房 石州(出雲市今市町)・甘味喫茶 月うさぎ(出雲市萩町)・つたや(出雲市今市町代官町)・deja-vu(出雲市今市町)・四季味処 てんてん亭(出雲市今市町)・お食事処・酒房 永瀬(出雲市今市町)・Bar Soul(出雲市今市町)・バブスナックぎんざ(出雲市平田町)・バブスナック フレンド(出雲市今市町塚原)・ピアノ(出雲市今市町)・ふれんどめい(出雲市今市町)・広島鉄板焼 HERA(出雲市平野町)・串揚げ はりうち(出雲市平田町)・mode(出雲市今市町)・夜間飛行(出雲市今市町)・Rise(出雲市今市町)

【問合せ先】 事務局/出雲市役所観光政策課 TEL(0853) 21-6588 FAX(0853) 21-6730

※土日は出雲市文化観光案内所 TEL(0853) 30-6015・出雲観光協会 TEL(0853) 53-2112

※都合により、開催内容・時刻などが変更になる場合がありますので、あらかじめご了承ください。

【裏面に駐車場・シャトルバス案内を記載しています。あわせてご覧ください】

日本のめん文化 ～手延べそうめん～

植田和美 (四国大学短期大学部)

高橋啓子 (四国大学生生活科学部)

I 序論

日本のめん食は、そうめんに始まる。そうめんの伝来には諸説^{1)、2)、3)、4)}があるが、一般に奈良時代に中国(唐)から渡来した唐菓子(からくだもの)の一種「索餅」が、そうめんの源流であるとされる。この「索餅」は和名を「麦縄」と称し、小麦粉と米粉を混ぜて練り、細く延ばして縄のような形にねじって作ったお菓子の一種であり、撚りをかけて作っていたことから、切って作る機械めんではなく手延べそうめんの源流とされる。927年の「延喜式」には、宮中の儀式の供え物として使われていたと記されており、庶民の食べ物となるのはそれより後の江戸時代になってからである。さらに、室町時代になると、「索餅」という名称以外に「索麵」、「素麵」という名称も同時に使われている。「索餅」→「索麵」→「素麵」の順に変化していったと考えられ、その形もだんだんと細くなり、現在のそうめんのように変化していったと考えられる。また、この時代には「そうめん師」という専門職人が出現したり、京都に「そうめん屋」が存在したことも知られている。そして、三輪や播州などでそうめんづくりが始まったのも室町時代の終わりからだとされる。

手延べそうめんは日本の風土・好みによって変化し、西日本を中心に広まったとされている。もともと農家の副業、家内制手工業として作られてきたものであるが、近年は組合や製麺会社などにより均一で高品質さらには付加価値を付与した商品の生産あるいはインターネットなどの情報技術を利用した流通へと変化している。

地産地消やスローフードが提唱される中、伝統的地域特産品として手延べそうめんは食教育の観点からも重要で価値のある教材であることから見直してみたいと考えた。さらに、徳島県の代表的な特産品である半田手延べそうめんを理解する上からも他の生産地との違いを明らかにしたいと考えた。

そこで、各地の手延べそうめんの地域特性を明らかにするため、資料収集および生産地の現地調査により食文化的な分析を行うとともに性状や物性などの食品学的な分析により比較検討した。

生産地を選定した。平成15年度から平成18年度にかけて、第2図に示した7生産地を対象として資料収集⁷⁾、⁸⁾、⁹⁾、¹⁰⁾、¹¹⁾、¹²⁾および現地調査を行なった。

2. 食品学的分析

一生産地につき異なる5種類の手延べそうめんを入手し試料とした。試料として用いた手延べそうめんの写真と加工食品品質表示基準により表示方法が規定されている「名称」と「原材料名」を第3図に示した。これらの試料を用いて、性状・物性の測定などの食品学的分析を行なった。

(1) 色

色彩色差計（ミノルタカメラ株式会社 CR-200）を用いて乾めんの色を測定し、明度L値を求め白度とした。各試料につき3回測定し、平均値を求めた。

(2) 太さ

デジマチックキャリパ/DEGIMATIC（MITUTOYO Corporation）を用いて、乾めん10本の太さを3回測定し1本あたりの平均値で表した。

(3) 重さ

乾めん10本の重さを3回測定し、1本あたりの平均値で表した。

(4) 水分含量

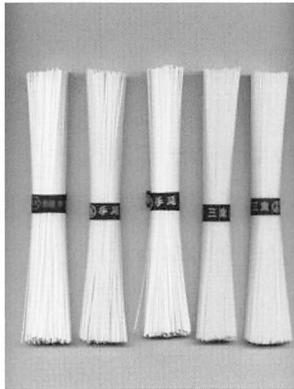
赤外線乾燥式電子水分計（株式会社 YMC IB-30）を用い、乾めんの水分含量を3回測定し平均値を求めた。

(5) 塩分含量

デジタル塩分計（アタゴ ES-421）を用いて乾めんの塩分含量を3回測定し平均値を求めた。乾めん10gを水90gとともにホモジナイズしたものを試料とし、測定値を10倍して乾めんの塩分含量とした。

(6) 物性

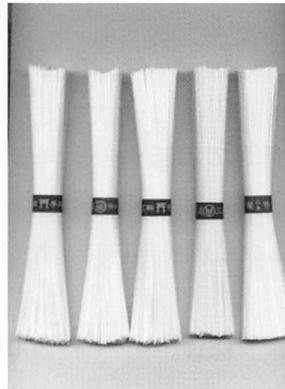
クリープメーター（株式会社山電 RE2-3305）を用い、ゆでめんの破断強度試験を行った。水分含量が75%⁵⁾、⁶⁾となるようにゆで時間を調整した試料をゆでた後、流水で30秒冷却し、水切り後直ちに測定に用いた。測定条件は、くさび型プランジャー使用により測定速度：0.5mm/sec、測定歪率：100%とし、1試料につき10回測定を行った。



O-1 O-2 O-3 O-4 O-5

大矢知手延べそうめん
(試料O)

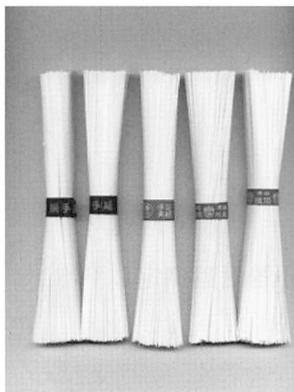
- O-1 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用植物油
- O-2 手延めん
小麦粉、食塩、食用植物油
- O-3 手延べ干しめん
小麦粉、食塩、食用植物油
- O-4 手延麺
小麦粉、食塩、食用植物油
- O-5 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用植物油
(コメ油)



M-1 M-2 M-3 M-4 M-5

三輪手延べそうめん
(試料M)

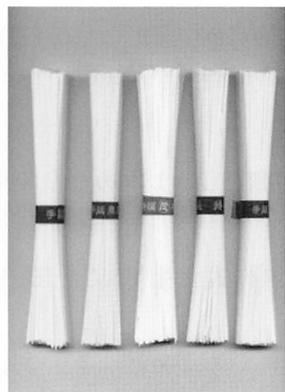
- M-1 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用植物油
- M-2 手延べそうめん
小麦粉、食塩、植物油
- M-3 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用植物油
- M-4 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用綿実油
- M-5 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用植物油



B-1 B-2 B-3 B-4 B-5

播州手延べそうめん
(試料B)

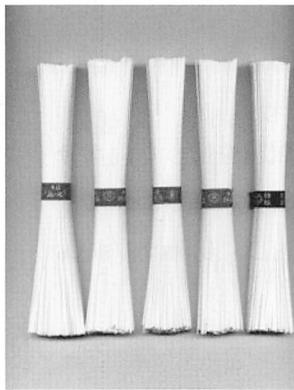
- B-1 手延素麺
小麦粉・食塩・食用綿実油
- B-2 手延素麺
小麦粉・食塩・食用植物油
- B-3 手延べそうめん
小麦粉・食塩・食用植物油
- B-4 手のべそうめん
小麦粉・食塩・食用植物油
- B-5 手のべそうめん
小麦粉・食塩・食用植物油



K-1 K-2 K-3 K-4 K-5

鴨方手延べそうめん
(試料K)

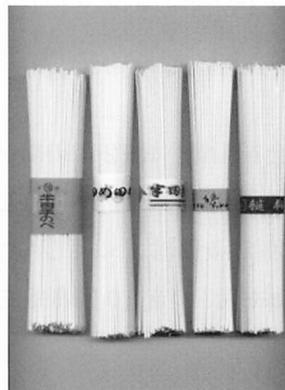
- K-1 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用植物油
- K-2 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用植物油
- K-3 手延素麺
小麦粉、食塩、食用植物油
- K-4 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用植物油
- K-5 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用植物油



SD-1 SD-2 SD-3 SD-4 SD-5

小豆島手延べそうめん
(試料SD)

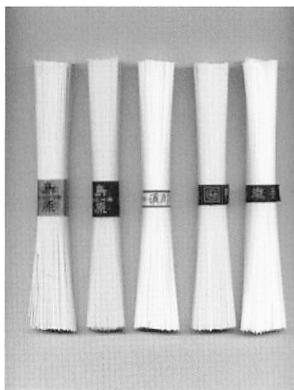
- SD-1 手のべそうめん
小麦粉・食塩・食用ゴマ油
- SD-2 手延そうめん
小麦粉・食塩・純正ゴマ油
- SD-3 手延そうめん
小麦粉・食塩・食用植物油
- SD-4 手延べそうめん
小麦粉・食塩・食用植物油
- SD-5 手延べそうめん
小麦粉・食塩・食用



H-1 H-2 H-3 H-4 H-5

半田手延べそうめん
(試料H)

- H-1 手延べ干しめん
小麦粉・食塩・純正ごま油
- H-2 手延べ干しめん
小麦粉・食塩・純正ごま油
- H-3 手延べ素麺
小麦粉・食塩・食用植物油
- H-4 手延べそうめん
小麦粉・食塩・植物油脂
- H-5 手延べそうめん
小麦粉・食塩・食用植物油



SB-1 SB-2 SB-3 SB-4 SB-5

島原手延べそうめん
(試料SB)

- SB-1 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用植物油
- SB-2 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用植物油
- SB-3 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用植物油
- SB-4 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用植物油
- SB-5 手延べそうめん
小麦粉、食塩、食用植物油

第3図 試料として用いた手延べそうめん
試料に表示されている「名称」および「原材料」
を示した。

Ⅲ結果

1. 生産地における手延べそうめん発祥・発達の背景および特徴

収集した資料および現地調査の結果を、生産地ごとにまとめたものである。地図中には県庁所在地と矢印で生産地区を示した。

(1) 大矢知手延べそうめん（三重県）



三重県四日市市大矢知地区で生産されてきた。

鈴鹿山脈からの“鈴鹿おろし”と朝明川の清流、そして小麦の生産地であったことがそうめん発祥の要因。

生産量は、他の6生産地に比べかなり少ないが、北に一大消費地である名古屋、南に伊勢神宮という観光地を抱えた商業的魅力も手伝い、中部地方の消費者には最も馴染みのある手延べそうめんである。

(2) 三輪手延べそうめん（奈良県）



奈良県桜井市三輪地区が生産地。三輪はそうめん発祥の地である。日本山海名物図会に「細きこと糸の如く、白きこと雪の如し、茹でて太らず、全国より出ずる素麺のおよぶところあらず」と詠まれている。

また、大神（おおみわ）神社では、毎年2月5日に卜定祭（ぼくじょうさい）が執り行われ、そうめんの値段が決められている。

(3) 播州そうめん（兵庫県）



兵庫県姫路市やたつの市が主な生産地。全国一の生産量を誇る。揖保川水系の良質な水、赤穂の塩、揖保川を利用した水車製粉などは発祥・発展した要因である。

たつの市の寺院には約600年前の日記に「サウメン」の記述がある。

(4) 鴨方手延べそうめん（岡山県）



岡山県浅口市鴨方で生産されてきた。遥照山から湧き出るきれいな水、瀬戸内海沿岸で取れていた塩、さらに良質な小麦の生産地であったことが発祥の要因。

晴天が多いこと、湿度が低いことなどのそうめんづくりに絶好の自然条件に恵まれる。

(5) 小豆島手延べそうめん（香川県）



香川県土庄町や小豆島町を産地とする。1598年に小豆島の住人がお伊勢参りの帰りに奈良県三輪でそうめん作りの技術を習い島内に広めたとされる。特徴として小豆島で生産されていたごま油を使用したことである。

(6) 半田手延べそうめん (徳島県)



徳島県美馬郡つるぎ町 (旧半田町) で生産。製めん技術は、三輪から淡路、鳴門を經由して半田に伝えられたとされる。今から約 250 年前のことである。

吉野川の澄んだ水、四国山脈から吹き降ろす冷たい風、良質の小麦が生産されたいたことが発展の要因。他の生産地のそうめんと異なり、ひやむぎほどの太さであり、コシが強いことが特徴である。

(7) 島原手延べそうめん (長崎県)

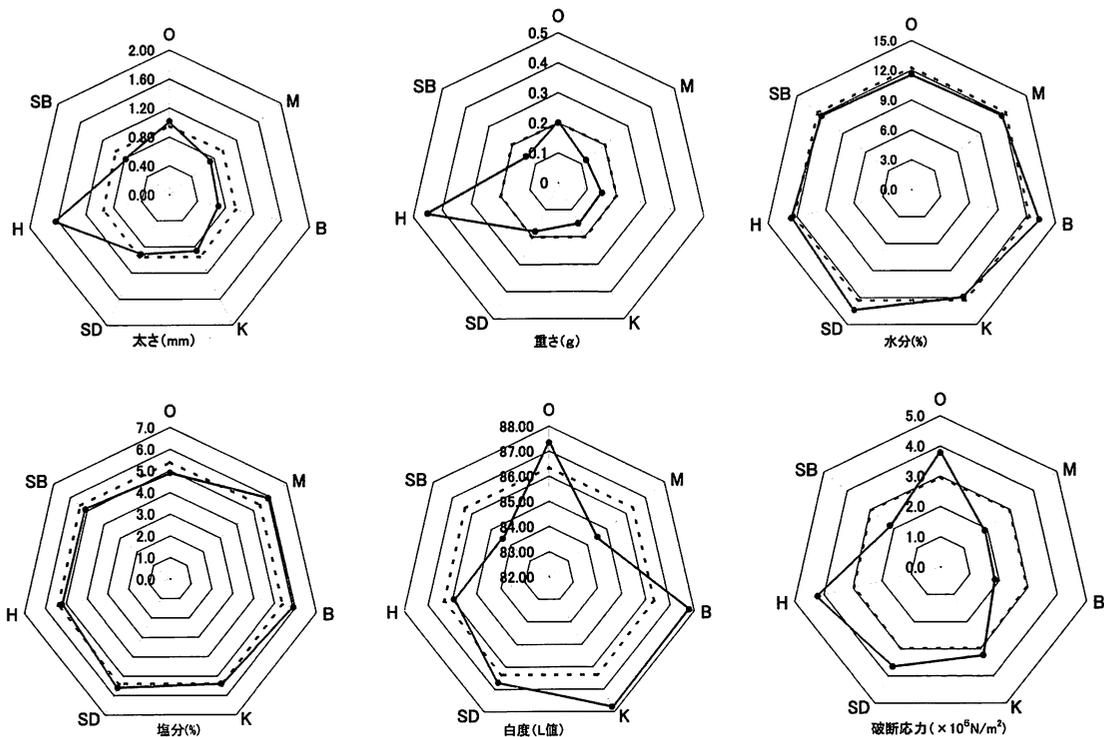


長崎県南島原市など島原半島が生産地。手延べそうめん発祥には様々な説があるが、1637 年の“島原の乱”の後、小豆島から移り住んだ者達が作り始めたというのが有力説とされる。生産量は播州手延べそうめんに次いで多いが、古くから三輪に供給され三輪手延べそうめんとして販売されていたため、島原手延べそうめんとしての知名度は低かった。

2. 食品学的分析

今回試料として用いた手延べそうめんの長さは平均 19cm、1 束の重さは半田手延べそうめん以外は 50 g、半田手延べそうめんは 1 束 100 g であった。太さ、重さ、水分・塩分含量、白度、破断応力などの各測定結果を第 4 図に示した。生産地ごとに平均値を求め、第 4 図では生産地による比較を示している。地域特性が顕著にあらわれたのは太さであった。最も太いめんは半田手延べそうめん径 $1.63 \pm 0.17\text{mm}$ であり、播州手延べそうめん $0.70 \pm 0.12\text{mm}$ の中で最も細い試料 0.58mm の約 3 倍であった。半田手延べそうめんはめんが太いため 1 本あたりの重さも当然重くなっていた。また、太さは破断応力にも影響を及ぼしており、太いものほど破断応力も高い値となり、歯ごたえが強くなる傾向にあった。

全試料の平均値が水分含量は 12.3%、塩分含量では 5.4% となり、両者については生産地による大きな差は認められなかった。ただし、塩分含量については試料による各差が大きかった。



第4図 各種測定結果

O : 大矢知手延べそうめん、M : 三輪手延べそうめん、B : 播州手延べそうめん、K : 鴨方手延べそうめん、SD : 小豆島手延べそうめん、H : 半田手延べそうめん、SB : 島原手延べそうめん

— 各生産地の平均
 全試料の平均

IVまとめ

現地調査から、地場産業として手延べそうめん製造業が発達した要因としては、原材料の調達が可能であったことやめんの乾燥に適した自然条件が整った環境にあったことが伺えた。しかし、近年は、国内産小麦の生産量の低下、輸入小麦の使用、手延べそうめんにより適したブレンド小麦粉の使用など原材料の多様化が見られた。また、高齢化に伴う後継者不足などの問題点も感じられた。

食品学的分析結果では、手延べそうめんの太さにおいて、地域特性が顕著であった。最も太い麺は半田手延べそうめん（直径 $1.63 \pm 0.17\text{mm}$ ）であり、播州手延べそうめんの中で最も細い試料(0.58mm)の約3倍であった。

乾めんの太さは、ゆでめんの破断応力に影響を与え、めんが太くなると値が高くなり歯ごたえが強くなる傾向にあった。水分含量や塩分含量は、生産地による大きな差は認められなかったが、塩分含量については試料による差が大きかった。これは、手延べそうめんの場合、塩分含量は4%以上とされ、製造時季により微妙な塩分調整が行われることが関係していると考えられた。

今後は、アンケート調査や官能検査なども総合し、地域特性をさらに明らかにするとともに伝統的地域特産品である半田手延べそうめんの消費拡大や地域の活性化に役立てたいと考える。

V参考文献

- 1) 全国乾麺協同組合連合会監修、2001. 乾めん入門、1-10、東京：日本食糧新聞社.
- 2) 桜井秀・足立勇、1987. 日本食物史（上）古代から中世、10. 唐菓子、211-217、東京：雄山閣.
- 3) 大塚滋、1997. パンと麺と日本人 183-189、東京：集英社.
- 4) 岡田哲、2001. コムギの食文化を知る事典、132-151、東京都：東京堂出版.
- 5) 児島雅博・村瀬誠・戸谷精一・杉本勝之、1992. 手延べ麺と機械麺の走査型電子顕微鏡観察、日本食品工業学会、39(6)、471-476.
- 6) 児島雅博・外山達秋・村瀬誠・戸谷精一・杉本勝之、1995. 麺の組織構造と物性に及ぼす加水量及び食塩量の影響、日本食品工業学会、42(11)、899-906.
- 7) City Do！日本の夏の風物詩 そうめん特集 HP
<http://www.citydo.com/soumen/>
- 8) 地域ブランド 市場化に挑む 徳島県／半田そうめん、2004年8月21日、日本経済新聞.
- 9) 工技センター数字で証明 2007年7月18日、徳島新聞.
- 10) 麺の博物館 HP
http://www.pref.kagawa.jp/tanpou/somen_hidden.html
- 11) 乾めんの館 HP
<http://himeji.jibasan.jp/kanmen/process/index.html>
- 12) 生産地で収集した資料、パンフレットなど

売れるUDONとは

～おばあちゃんのうどんからペットうどんまで～

峯俊雄一、鈴木尉継、武林美樹、高橋俊一
武林正樹 ((株)セント・レディス)

今回、私共の発表は、一般のお土産市場を中心に流通している「讃岐うどん」が、どのようなマーケティング理論の基に成り立っているかを追求し、「讃岐うどん」が売れるための要素を追求した上で、「売れるUDON」とはどのようなものか仮説をたてました。あくまでも、私共が実際の営業活動で得たものですので、稚拙な内容で恐縮ですが、ご興味を持っていただいた納得いただける方は、最後に提案するうどんを是非、商品化願います。

では、『売れるうどんの要素』について紐解いて参ります。

まず、一番目に上げられるのが「実店舗名入りのうどん」です。

昨今、お土産屋さんでもよく目にするようになりました、実際うどん店を営んでいる店名が入ったうどんが非常に人気をかくして下ります。この要素として第一に考えられるのが、1990年代に発売された田尾和俊氏の「恐るべきさぬきうどん」ではないでしょうか。この恐るべき讃岐うどんで、山奥の隠れた名店や地元の間人でなければ知らないお店が紹介され、それぞれのお店がピックアップされるようになります。これをきっかけに、実在の店名を入れた『うどんの名店シリーズ』の販売がはじまり、その後、この名店シリーズが各社で販売され、商品群が拡大していききました。

この名店シリーズの人気に拍車をかけたのが、大手通販が企画した名店頒布会ではないでしょうか。「名店頒布会」とは、毎月違った名店のうどんが家庭に届くというシステムですが、日本を代表する通販会社各社が展開し、通販市場の中でも名店シリーズが大ブームを起こしました。以上のようなことで、お店の名前が全国的に広まり、消費者のうどんに対する欲求がより具体的になり、大枠での「讃岐うどん」ではなく、「〇〇屋のうどん」を買いたいという需要が増えたのではないのでしょうか。

二つ目の要素は、商品にまつわるキャラクターとメディア戦術です。

これに代表されるのが、テレビ番組に幾度となく登場し、そのユニークなキャラクターが人気の池上製麺所「るみおばあちゃん」にまつわる商品です。これは、おばあちゃんの笑顔に癒された人がついつい買ってしまうという現象を引き起こしています。ゴールデンウィーク期間中に、あるサービスエリアでは、実演販売している商品よりも、置いているだけのおばあちゃんの笑顔の写真がある商品のほうが売れたと噂もあり、そこに関わる特異なキャラクターを活用したうどんの代表格といえます。るみちゃんのように、キャラクターが先行してメディアに取り上げられる場合は、パブリシティによるプロモーション効果が大きく、広告費がかからない利点があります。ただし、あまりキャラクターが一人歩きしてしまうと、キャラクターとして寿命が縮まる可能性も考えられますので、キャラクターの利用は「ほどほど」が良いのではないかと思います。

メディア戦術といえば、映画「UDON」はその集大成ではないのでしょうか。半ば、消えかか

っていた「讃岐うどん」ブームがですが、映画に取り上げられたことで、「讃岐うどんブーム」を再び巻き起こし、登場したうどん店などは、行列をつくるほどに回復したとも言われています。

また、これはうどんとは関係ありませんが、宮崎県東国原知事の「そのまんまブランド」は、キャラクター・メディア戦術の真骨頂といえるのではないのでしょうか。東国原県知事のキャラクターを使うことでメディアにも取り上げられ、宮崎の特産品から今や雑貨まで打ち出しブームを作りました。

うどんも東国原知事も同じですが、このようなキャラクター・メディア戦術の効果が高く得られたのは、当事者（うどん屋さん）が仕掛けた戦術ではなく、雑誌の編集長や映画監督、TV局など、外部の人間が仕掛けたことによってうどん屋さんが主体的に関わることなくローリスクで実行できたからだとも考えられますので、自らうどん屋さんがリスクを貼って仕掛けた場合は、同様の効果が得られないかもしれません。

三つ目は、コアな消費者をターゲットにしたうどんです。

太麺タイプや細麺タイプ、包丁切うどん等、細部にこだわったUDONが販売されたり、本来うどんの中では『邪道』といわれていた「カレーうどん」が人気の上位になったりと多様なニーズに対応したものが売られています。また、その地方に合わせた戦略として味を変えることも効果があります。台湾にある讃岐のうどん店では、当初、消費者に「本場の味」がなかなか定着しなかったのですが、台湾風味付けの中華うどんにしたところ爆発的に人気上昇したそうです。

多様なニーズの中で、ターゲットを絞ったアイテムは、コアな消費者に愛されるため、よりリピーターとしての購入率が高くなります。また、メーカーとしても商品群に広がりが出てくる効果を生みますので、販路拡大に役立つのではないのでしょうか。

余談ですが、最近ペットの犬をターゲットとした「ワンコうどん」という商品が発売されたり、「あんこ」を使った「あんこうどん」というデザートを販売する喫茶店があったりと讃岐うどんも多様化へと進んでいます。

では、なぜ、このような要素になったのでしょうか？

もちろん本来の味で勝負する商品も沢山ございますが、本来の味だけではなく、プロデュース内容で勝負するものが増え、その多くが成功しています。

これは「讃岐うどん」の味が、極めて単調で、そのシンプルさの中に深みを求めるものであるが故に、「美味しい」ことが前提として求められているので、中身ではなくその商品のプロデュース内容で売れ行きが変わってしまうという部分が、大きな要因にあるようです。また、うどんの市場自体に未開発な部分が非常に多く、発展途上な市場であるので、他の市場をビジネスモデルとして、その販売チャンネルに選択肢が多数あることも要因です。逆に言えば、「讃岐うどん」は、世界戦略も含めて、大いなる可能性をもった商材であると考えられます。

そこで、これまで述べた内容を基に「売れるうどん」の仮説を立ててみました。

①実在する店や場所の名前が品名に入っている。

②キャラクター&メディア戦術に長けている

③コアな消費者をターゲットにしている。

ということで、我々セント・レディスが考えた「売れるうどん」は・・・

【讃岐・丸亀カフェステーション発！

ふんどしミネトシおじちゃんを作る極太麺のきつねうどん】

冗談はさておき、讃岐うどんは、シンプルの上に汎用性があり、まだまだ発展性が非常に高いと考えられる食材です。先ほど述べた台湾のうどん店にあるメニューのような「豚骨うどん」や「タンタンうどん」、ミートスパゲティに対抗した「ミートうどん」など、世界的メニューの中に溶け込めるのがうどんなのです。ということを見ると、次の「売れるUDON」は世界戦略を見据えたUDONかもしれません。

最後に讃岐うどんの今後の世界的発展を願って、セント・レディスの発表を終わりにしたいと思います。



「麺の文化地理学」序論

奥山 忠政
(季刊誌『麺の世界』)

(1) 報告者は2003年に『文化麺類学～ラーメン篇』を上梓したが、その「あとがき」で、「ラーメンの文化地理学的考察」を課題として残したことを記しておいた。本日、その宿題を麺全般に拡げて論じる機会が与えられ、感慨ひとしおである。ただし研究そのものは未熟であり、序論の域を出ないことをあらかじめお断りしておきたい。

うどん・そうめん・ラーメンなど、日本における特異な麺文化の形成を文化地理学的に考察することは、更なる進化と融合と発信にとって有用である。

(2) 多くの日本人の脳裡にはすでに「麺文化地図」があり、無意識のうちに「麺の文化地理学」にかかわっている。

「うどん」では、稲庭・水沢・加須・讃岐・五島、「そうめん」では、奈良桜井（三輪）・たつの（揖保乃糸）・小豆島・半田・松山・神埼・南関・島原、「ラーメン」では、旭川・札幌・函館・喜多方・東京・横浜・京都・和歌山・徳島・尾道・博多・久留米・熊本。これらを地図上に落とし込んでいくだけで基礎的な「麺文化地図」ができあがる。

(3) 「地理学」は、「場所の実態を、諸要素とのかかり合いにおいて記述することによって明らかにするとともに、場所による類似性や差異を説明し、その場所が人間にとってどのような意味をもつかを明らかにする学問」である。

諸要素のうち、地表面の自然現象を対象とする分野を「自然地理学」、人間にかかわる現象を対象とする分野を「人文地理学」と呼んでいる。

「文化地理学」は「『文化』を地理学的手法をもちいて解明する学問分野」で、人文地理学と自然地理学の一部を含む。かくして「文化」はいっそう明確な理解を得ることができる。

具体的には、地理に即して「パターンを発見する」「プロセスを説明する」「意味を解釈する」「応用を研究する」などの過程をとる。

(4) 「文化」が主テーマであるからには、その定義が問題となる。

「文化」の定義は研究者の数ほどあるが、報告者なりに提示すると「人間が自然環境・社会環境に対応するため意識的にとる行為とその有形無形の産物」となる。結果的に「価値観の体系」でもある。

「文化」は、個人であれ集団であれアイデンティティーと自覚され、客観的には「象徴」と認識される。

「文化」は本質的に多様であり、その探究は異文化理解を深める一方自らの文化の再発見をもたらし、相まってより高次元の「文化」を招来する。

(5) 「文化地理学」の取り上げる無数のテーマのうち「食文化」は重要分野の一つで、「麺文化」という切り口は類例をみない。

こんにち世界の穀物生産は、雑穀 11 億トン（うちトウモロコシ 8 億トン）、コムギ 6 億トン、コメ 4 億トン、合計 21 億トンとなっている。広義の「麺」でいうなら、このうち 6 億トンのコムギと、若干のコメ（ビーフン）と、多少の雑穀（ソバ）が対象となる。

(6) 広義の麺（うどん・そうめん・ラーメン・そば・餃子）の分布を地図上に落とすことから始まる。その際、総務省統計局編『家計調査年表』が重要な資料となる。

この作業からまず「パターンを発見する」ことができる。以下例示する。

- (a) 札幌・喜多方・佐野・横浜・尾道・長崎・・・中国人がラーメンを売り始めた。
- (b) 旭川・宇都宮・久留米・・・軍隊の駐屯地だった。
- (c) 武蔵野地域・富士宮・神戸（長田区）・・・多数の女工がいた。
- (d) 伊勢・桜井・小豆島・島原・・・そうめんの伝播ルート。
- (e) 五島・氷見・稲庭・・・手延べうどんの伝播ルート。
- (f) ラーメンの発達した都市・・・屋台が多い。
- (g) 喜多方・佐野・・・加納鉱山・利根川水運のような歴史地理の観点。

(7) 「プロセスを説明する」。

「なぜそのようなパターンが生み出されたか」を、仮説の設定・検証・理論構築の手順で明らかにしていく。

この際注目すべきは、「伝播」と「イノベーション」の視点である。

「なぜ生み出されたか」だけでなく、「なぜ生まれなかったか」も検証上の課題となる。「なぜ高知にラーメンが生まれなかったか」を考えながら、ふと「ラーメンは北向きの港町か、海に面しない町にしか生まれえない」という仮説を立ててみたが、検証はできていない。

(8) 「意味を解釈する」。

パターンやプロセスの考究を通じて「その土地とのかかわりにおける意味」を解釈することであり、研究の核心をなす。留意すべきは、それが集団（地域）の「象徴」にかかわる場合、集団（地域）の「言い伝え」に左右されない客観性を確保することである。

文化論の観点から重要なのは「隠された意味」を明らかにすることである。このためには、構造主義の考え方や記号論的アプローチが有益である。

(9) 「応用を研究する」。

「研究」と「応用」は次元が異なり直結することはないが、「応用」の側面からすると、「研究」成果は一義的に基本となる。ことに異文化地域に活動の場を求める場合に、大いに役立つはずである。

(10) 「風土論」に立って。

和辻哲郎は、『風土 人間学的考察』（昭和 10 年）において「風土」を哲学的に考察し、「人間が己れを見いだす（自己了解の）仕方」と規定した。そしてその態様は「食物」において一層顕著であると述べている。

和辻の風土論は、地理学の視野を歴史学・社会学・哲学（存在論）まで拡張したもので、欧米にも例をみない。「麺の文化地理学」研究の方法論において依拠すべき最大の理論と考える。

(11) 結論。

「麺の文化地理学」は、麺文化に関して、「何が伝わり、何が起こり、何が受け継がれ、どう変わって、どう伝わっていくか」を地理に即して考える学問といえる。そしてそれは、身近日常に

第一級の素材とテーマがあるという特性をもっている。

【参考文献】

和辻哲郎『風土 人間学的考察』（1979 岩波書店）

石毛直道『食の文化地理』（1995 朝日新聞社）

高橋伸夫・田林明・小野寺淳・中川正『文化地理学入門』（1995 東洋書林）

オギュスタン・ベルク『風土学序説』（2002 筑摩書房）

野瀬泰申『全日本食の方言地図』（2003 日本経済新聞社）

奥山忠政『文化麺類学～ラーメン篇』（2003 明石書店）

21世紀研究会『食の世界地図』（2004 文芸春秋）

タイにおけるラーメン店の出店計画について

佐藤 稔
(ワイエスフード(株))

はじめに

当社は『筑豊ラーメン山小屋』の名前で展開しているとんこつラーメンの会社であります。

今回はタイ出店についてのきっかけから現在の実績、今後の計画の報告をさせていただきます。

始まりは2005年9月に当社に小麦粉を納入していただいている大陽製粉の社長と談話しているとき「大学時代友人のタイ人が来日した際、当社のラーメンを気に入りタイでこのラーメン店をつくりたい。」との事からでした。

早速、旅行気分タイへ訪問したわけですがタイ進出にあたり当社は日本の食材を使用して営業するつもりでしたから販売価格も日本と同等で予定していました。

同時にタイにおいては高すぎるのではないかと心配を抱えたまま日本でFC展開している事業計画のまま現地のパートナーに事業説明を行なったところ、すんなり了解してもらったので唖然としたことを覚えています。

1. タイの外食事情

実際にタイの外食めぐりをして現地の昼食事情には格差がありすぎて驚かされました。道には雑然と屋台が並びその後ろにはきれいな飲食店があるのです。参考で載せている表に有るように一般の方が食事しているものは約100円ですがタイの富裕層は1000円以上のものを食べているのです。

特にタイでは日本の食べ物がとても人気があり日本の旅行客がタイ料理に飽きたら気軽に入店できるほど日本の店が点在しており高級和食からラーメン、たこ焼きなど日本のものならずすべてあるといった雰囲気です。

最近では日本の大手バーガーチェーンの1号店が開店しましたが3時間待ちの行列をつくるほどでTV番組でも「料理の鉄人」などの日本の番組が人気です。

日本でラーメンは気軽に食べるものですが当社としては一部の富裕層をターゲットに営業することでパートナーと確認しました。

2. 4. 現地法人設立、開店準備

当社の場合はカテゴリ一別に準備を行ないました。

法人設立、合弁契約

当社の場合、契約書に会計に関する内容を詳しく記載しておらず後に問題を引き起こしました。

国が違えば商習慣も違いますので会計基準、会計スケジュール、監査法人など詳細にパートナーとすり合わせる必要があります。

工場開設、原料選別

工場の機械に関してはすべて日本製を採用しました。その他周辺機材は現地のものを採用しましたが吟味する必要があると思います。耐久性、材質など粉の選別は大陽製粉の協力の下、約3ヶ月程で選別することが出来ました。

店舗設計、立地調査、メニュー

この部分はほぼ日本と同じ感覚で進めることが出来たとおもいます。

苦労したことは豚の品種が違いチャーシュー、スープが日本と同じ手順で行なっても同じように出来ず改良が必要があったことです。

5. 開店後の状況と実績

施工費用は日本の三分の一ほどで仕上がりますが三倍ほど工期が掛かります。

施工費用に関してはタイの物価を考えるとまだ削減でき今後の課題としております。

売上高はレジメ参考。 経常利益に関して日本では売上の約20%ほどですがタイにおいては食材原価、人件費が低い為、40%となっております。

6. 今後の展開

『山小屋』の店舗は富裕層を対象としておりますのでバンコク市外での展開は厳しく市内においても5店舗が限界と考えております。当社はタイにおいてFC展開を考えておりますので価格帯を200円以下に設定した店舗展開を計画しており来年度には出店いたします。

将来目標を50店舗にしております。

【参考資料】

(1) 現地法人

現地法人名：ヤマゴヤ（タイ）株式会社

会社設立日：2006年5月

資本金：2,000万バーツ（日本円換算 約6,000万円）

代表者：Virawat Dangsubutra

出資者、出資比率：

日本側：ワイエスフード(株)(40%)、大陽製粉株式会社(9%) = 49%

タイ側：ガストロノーム社(26%)、その他個人出資(25%) = 51%

事業内容：

1. 飲食店経営
2. 「YAMAGOYA RAMEN」のフランチャイジー募集とフランチャイジーの指導
3. 食品の製造販売
4. 食品の輸出

(2) タイの外食事情

(1 パーツ=3.7 円 *平成 19 年 8 月末現在)

	パーツ	円
正社員の月収	7,000	25,900
アルバイトの時給	30	111
ラーメン一杯の価格 (一般)	25	93
ラーメン一杯の価格 (当社)	150	555

(3) 開店後の状況と実績

	設備投資	売上高 (月商)	立地	開店日
工場	1,500 万円	—	—	2006/9
トンロー店	1,100 万円	800 万円	路面店 (住宅街)	2006/9/14
スリウォン店	1,100 万円	400 万円	路面店 (ビジネス街)	2006/11/30
J アベニュー店	1,000 万円	300 万円	テナント	2007/8/10

*J アベニュー店は 8/10~31 までの売上高実績

日本うどん学会 第5回全国大会参加者一覧

2007年9月15日 徳島市「四国大学交流プラザ」

No.	氏名	No.	氏名	No.	氏名
1	秋山和徳	31	藤井加奈子	61	入山 徹
2	石崎和之	32	堀家 和博	62	大江直希
3	石塚哉史	33	松井 隆	63	中山浩志
4	一柳博康	34	光永健二	64	中岡栄子
5	一柳芳江	35	峯俊智穂	65	野口隆弘
6	植田和美	36	峯俊雄一	66	三木吉博
7	上田喜博	37	三宅耕三	67	森岡俊介
8	大西美穂	38	三宅講太郎	68	村山裕子
9	奥山忠政	39	六車正信	69	吉田知弘
10	小倉信一	40	森貞俊二	70	天恵一樹
11	川上正夫	41	安川ひかり	71	岩本 実
12	川上美佐子	42	山下恭司	72	加藤啓子
13	川又 雅	43	山野明男	73	川人崇史
14	管 香奈美	44	早藤重忠	74	熊澤志郎
15	日下康孝	45	朝長孝志	75	園田紘司
16	坂本雅彦	46	出口裕二	76	大塚 守
17	崎 洋之	47	向井隆文	77	山本 隼
18	佐藤 稔	48	小川泰広	78	西川明夫
19	上戸文洋	49	斉藤義人	79	森 秋枝
20	諏佐アヤ	50	竹岡 忠	80	渡辺友子
21	数納 朗	51	堀口誠信	81	宮本康史(四国放送)
22	鈴木尉継	52	石川正晴	82	岡村夏樹(朝日新聞)
23	高橋啓子	53	井上一彦	83	深尾昭寛(毎日新聞)
24	高橋俊一	54	木下敦志	84	末澤弘太(徳島新聞)
25	武林正樹	55	河野 瞳	85	橋本孝祐(徳島新聞)
26	武林美樹	56	磯部孝志	86	中安真人(読売新聞)
27	田中俊男	57	湯浅 満	87	久保大輔(NHK)
28	佃 昌道	58	浅野里香	88	藤井康正(共同新聞)
29	津村哲司	59	神野雅都		
30	箱崎明希	60	石田達也		

(敬称略)

第5回 総 会 報 告

日 時 平成19年9月15日（土）

会 場 四国大学交流プラザ（徳島市）

議 題 （1）三宅耕三会長より平成18年度（平成18年6月1日～平成19年5月31日）の活動報告があり了承された

（2）平成18年度収支決算報告が承認された

（3）平成19年度の活動計画と収支予算案が提案され承認された

（4）役員人事

（1）三宅会長から会長職辞任の申し出があったことが報告された

（2）総会に先立つ理事会で新会長に佃昌道理事が選出されたことが報告された

（3）下記2氏が新理事に選出された

石塚哉史（財団法人日本こんにやく協会）任期＝平成22年度まで

渡辺英彦（富士宮やきそば学会）任期＝平成22年度まで

（4）理事の退任が報告された（会則第10条による）

石原正裕

（5）新入会員が報告された

（1）正会員9人

（2）賛助会員

株式会社 嵯峨野書院

株式会社 めりけんや

（6）退会者6人が報告された（会則第10条による）

（7）会則の改正が提案され承認された（83頁参照）

（8）次回（第6回）大会の開催を下記の通りとすることが承認された

開催日 平成20年9月上旬

会 場 種智院大学（京都市伏見区）

以上

追 記 佃新会長により三宅前会長は「筆頭理事」に指名された

日本うどん学会 役員名簿		
会 長	佃 昌 道	(高松大学)
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	(前・香川西高等学校)
理 事	三 宅 耕 三	(香川短期大学)
〃	石 塚 哉 史	(財団法人 日本こんにゃく協会)
〃	上 田 喜 博	(四国大学)
〃	奥 山 忠 政	(季刊誌『麺の世界』)
〃	勝 谷 誠 彦	(コラムニスト)
〃	田 尾 和 俊	(四国学院大学)
〃	田 中 康 博	(稲伸ゼミナール)
〃	津 村 哲 司	(瀬戸内短期大学)
〃	福 田 豊	(株式会社 宮武讃岐製麺)
〃	森 敏 彰	(讃岐らーめん はまんど)
〃	山 野 明 男	(愛知学院大学)
〃	渡 辺 英 彦	(富士宮やきそば学会)
監 事	山 下 恭 司	(山下税理士事務所)
〃	鷹 尾 雅 裕	(聖カタリナ大学)

※筆頭理事を除く理事名は五十音順による

(平成19年9月16日付)

「日本うどん学会」会則

(下線は改正部分)

(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 本会はうどんをはじめとする麵文化の学際的研究の発展向上のため、さまざまな分野の研究者・実務家が交流し、貢献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 本会の事務局は別に定めるところにおく。

(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総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、うどんをはじめとする麵文化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。

2、改正は平成19年9月16日から実施する。

〈本部事務局〉

〒769-0194 香川県高松市春日町960

高松大学 高塚・佃 研究室

TEL : 087-841-3255 FAX : 087-841-3023



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)

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>

麺の匠・讃岐の匠（麺類製造・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.men-orosi.com>

「美味しさ」を
極めた

"食感動"を
お届けします。

J R四国グループ

さぬきうどん



代表取締役社長 諏訪 輝生

〒769-0203 香川県綾歌郡宇多津町浜三番丁36-2

☎ 0120-49-6110

<http://www.merikenya.com/>

本物が此処に在る 伝統を今に受け継ぐ五島手延うどん

株式会社 長崎五島うどん

代表取締役社長 井上 俊昭

〒857-4211 長崎県南松浦郡新上五島町有川郷578番地24

TEL 0959-42-1560

<http://www.510udon.com>

季刊誌 『麺の世界』 内容(抄)

ご購入のお申し込みはホームページから
<http://www.sunglow.info/>

- 弘法大師空海とうどんのルーツを訪ねて(上下)……………第9号・第10号
- 五島うどん全国区にデビュー……………第10号
- 自家製麺か麺線購入か……………第10号
- タイにラーメン店を出す……………第9号
- 昆布について……………第9号
- 新横浜ラーメン博物館とラーメンの、これまでとこれから……………第8号
- 現代韓国の麺文化(上下)……………第7号・第8号
- メソポタミアから九州・四国まで……………第7号
- 製麺機発明者・真崎照郷小伝……………第6号
- ブータン王国の即席麺……………第6号
- 日系製麺企業における中国進出と企業展開の実態……………第5号
- 小麦粉・蕎麦粉と虫歯・歯周病について……………第5号
- 水車動力の歴史地理……………第4号
- 日本一のお好み焼タウンを目指せ……………第4号
- 沖縄そばへ麺そーれ……………第3号
- 餃子考……………第3号
- 『守貞漫稿』に見る江戸時代の麺文化……………第2号
- 麺と薬味の健康機能性……………第2号
- 屋台から見るアジア都市文化の深層……………創刊号
- 「富士宮やきそば」の地域ブランド確立戦略……………創刊号
- 長友大先生講演「ソバの研究五十年を回顧する」記録と注釈……………創刊号

日本うどん学会

第6回 全国大会 予告

第6回大会の日時と会場が下記の通り決定しましたのでお知らせします。

日 時 平成20年9月6日（土曜日） 11時～17時30分

会 場 種智院大学（京都市伏見区）

テーマ KYOTO発・UDON文化を語る

プログラム（案）

- (1) 会員総会
- (2) 基調講演、特別講演
- (3) 研究報告
- (4) シンポジウム（予定テーマ＝日本の麺文化が世界に通用するための条件）
- (5) アトラクション（「さぬきうどん」と「五島うどん」の食べ比べ）

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（季刊誌『麺の世界』）

2007年12月1日 印刷・発行

〈編集事務局〉〒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