

生産における地域との結びつきの過程

—愛媛県における削りかまぼこを事例として—

池田和子

首都大学東京

本稿は、愛媛県で製造される削りかまぼこを事例とし、生産活動が地域と結びつき領域化する過程を明らかにする。分析の対象は、削りかまぼこの物的な変化と価値の変化である。物的な変化は削り工程の機械化の過程で生じ、その際削りかまぼこが域内の他の生産や商品と結びつき、地域独特の商品上の特色がもたらされた。また開発された削り機は他のかまぼこ事業者にも広まり、商品の形状と製造過程に地域的な共通性が生じ、ローカルに標準化されていた。価値の変化も機械化にみられ、それまでの削りかまぼこの位置づけであった副産物や売れ残り商品の活用という実用的な価値は弱まっていった。その後冷凍すり身を受容せずかまぼこ生産全体に変化がない期間に、削りかまぼこに対する地域の伝統的な食品という価値が生じていた。削りかまぼこの文化的価値はローカルにのみ共有されるもので、削りかまぼこの生産・消費の地理的範囲を規定する。

キーワード：かまぼこ、愛媛県、食文化、地域性

I はじめに

日本の地理学において、伝統的な食料や食品の生産や消費にみられる地域文化との関わりについての研究は、以前から行われてきた。生産活動に埋め込まれた地域の自然や社会関係、あるいは地域の自然および人々の生活に埋め込まれた生産活動を明らかにした先行研究は少なくない。食料や食品生産を対象とした実証研究は、産地の自然・社会諸関係と生産の地域性を結びつけるものと、需要としての消費文化の変容に対する産地の対応に分けることができる。

前者は農業地理学や地場産業研究に多くの蓄積があり、例えば上野・西村（1990）は、兵庫県南西部の播州地方の素麺生産を事例として、産地形成のための労働力の創出過程を明らかにした。播州素麺の生産は姫路市などの播州南部が中心であったが、1960年代以降は都市化により生産者が減少していた。1970年代に入り播州素麺業では、ギフト需要の増大による生産量拡大と播州南部に

かわる産地の形成が課題となっていた。他方で、播州北部では農家の収入減少を背景として農協等の主導で素麺生産が導入された。素麺生産者の増加には、農家の地縁や血縁が活用されていた。

近年では、食料・食品の質をキーワードとした研究がある。食料の質は「農業生産から消費までの食品の流れとこれに関係する事業者の相互関係」（新山・清原、2006）を意味するフードシステムのグローバル化という状況のなかでの、オルタナティブな価値観としてとらえられる（荒木、2006）。この研究の背景には、食品流通のグローバル化が含む構造的問題が食料・食品の安全性や信頼性をおびやかし、社会問題となっている状況がある。実証研究では、フェアトレード商品や有機農産物など国際農産物貿易とは異なる供給体系や、極めてローカルなスケールの供給体系を構築しようとする事例が扱われている。例えば伊賀（2008）は、酒造業者が地元で生産された米による清酒を作るため酒米生産者と結びつく過程や主体の交流の内容を、2地域で比較検討している。

比較検討した酒造業者の取引関係構築の過程には地域的な差異がみられ、それは酒米生産者の取引先との関係構築のしかたの地域的な差異に起因していた。ただし伊賀（2008）はこの結びつきを、伝統的な食料生産システムへの回帰というよりはむしろ、同じ価値観の主体による新しい機能的結びつきと捉えている。

農業地理学とは異なるアプローチとして、産業地理学における関係論的視点¹⁾からの研究も行われている。関係論的視点における地域文化への関心は、産業発展のプロセスに初期条件としての当該地域の状況や歴史的経緯が大きな影響を与えることなどにみられる。立見（2000）は地域のレギュラシオン²⁾の視点を用いて岐阜および信州寒天産地の歴史的経緯を比較検討し、両産地における従前のローカルな調整様式の効力が低下し、新しい調整様式が生じていないことが産地の危機的状況の一因であると結論づけた。また関係論的視点では、成熟した産業地域が硬直化し外部環境への対応が遅れる「負のロックイン」を克服するには、地域外部との結びつきが有効であると考えられている。高度な技術・知識を要する産業に限らず、先述した伊賀（2008）の事例においても、新しい取引関係が製品の競争力向上に結びつく状況を見ることが出来る。

後者である需要への対応としての生産の変化を論じた先行研究として清水（2008）は、戦前の岩手県におけるキャベツ産地の形成と、都市部における外来野菜への需要の創出との関わりを明らかにした。集団給食における積極的なキャベツの利用や新聞・雑誌等で調理法の紹介記事を掲載することで、キャベツ需要の創出が図られていた。同時に産地では民間育種家による国産品種の育成が行われた。産地では都市における需要を考慮し、結球の大きさの調整や長距離輸送への耐性強化などの対応がおこなわれた。元木（1982）は茨城県

霞ヶ浦湖岸地域の蓮根栽培を事例に、その要因をスケールごとに整理し記述した。霞ヶ浦湖岸地域は蓮根栽培に適した自然条件という意味では必ずしも好条件ではないにもかかわらず、国内有数の産地である。産地成長の要因として近郊農業による生産という商品の性格と都市部の拡大による産地移動、湖岸地域一帯における土地利用の変化と農地の地質変化、キーパーソンの存在、農地の貸与と一部の農家の専門化などが挙げられた。これら2つの事例研究では、産地が需要に対応する過程で他の産地の動向からも影響を受け、都市への供給体制に組み込まれていく様子が明らかになっている。

以上に挙げた先行研究はすべて、生産から消費にいたる一連の「食」（荒木、2012）の一過程であり、それぞれが前後の過程との関係を明らかにしてきた。今後は実証研究をさらに積み重ねると同時に、これらの蓄積をつなぎ統合する作業も必要となる。本研究の事例は、「食」を介し主体間の取引関係として結ばれたネットワークが「地域」や「産地」として領域化していく過程にあたる。本研究はまた、地域に定着した産業が根ざしていく過程、つまり生産が地域の他の経済活動あるいは人々の文化的側面にどのように関わっていくか、また他地域との示差性はどのように生じるかを明らかにする。

本研究では、愛媛県で生産および消費されている「削りかまぼこ」を含むかまぼこ製造を事例とする。削りかまぼこは、愛媛県外では生産・消費されていない。削りかまぼこは地域の食生活と結びつき、生産や流通の地理的スケールが拡大する現在にあっても、ローカルな生産と消費が維持されている。

II 削りかまぼこの概要

削りかまぼこは、愛媛県で製造されるかまぼこ

商品の一種で、特に南予地方と呼ばれる県南部で製造および好んで食べられる食品である(図1)。これは、板付きかまぼこの身を乾燥させ鉋で削り製造される。削りかまぼこは、宇和島市やその周辺地域で製造されるかまぼこの一種として紹介されている(「日本の食生活全集愛媛」編集委員会, 1988)。

愛媛県におけるかまぼこ製造は、長い伝統をもつ。江戸時代の初頭に現在の宇和島市でかまぼこの製造が開始されたといわれ、これをもって愛媛県のかまぼこ製造の嚆矢としている(宇和島市, 2005)。明治時代になり、宇和島市出身である鈴木峰治(1871-1936)が技術を持ち込み、1890(明治23)年に八幡浜市でかまぼこ製造を開始した³⁾(愛媛県史編纂委員会, 1989; 八幡浜市, 1987)。青野・尾留川編(1969)によれば、八幡浜市のかまぼこ製造は大正時代に採用され繁栄した中型トロール(二艘びき機船底引き網)漁業で得られる大量の原料を利用した生産で、急速に発展した。

愛媛県におけるかまぼこ製造の事業者は宇和島市および八幡浜市を中心とする南予地方に特に集中しているが、中予地方の松山市や東予地方の今治市にも事業者が多く立地する。そのうち今治市では、後述するように削りかまぼこの製造も行わ



図1 削りかまぼこ
(2012年8月31日撮影)

れている。今治市では、1877(明治10)年ごろには3軒のかまぼこ製造の事業者がいたことが記録されている(今治市, 1990)。

削りかまぼこの来歴については、八幡浜市におけるかまぼこ製造の創始者である鈴木峰治が1903(明治36)年に考案したと記されている(愛媛県史編纂委員会, 1989; 八幡浜市, 1987)⁴⁾。しかし筆者による文献調査の範囲では、1895年に開催された第四回内国勸業博覧会に北宇和郡および南宇和郡(いずれも当時)から「削蒲鉾」が出品されており、この出品目録の記載が初出となる(第四回内国勸業博覧会事務局, 1895)。

事業者の1人は、思い出話として戦前における削りかまぼこについて次のように話した。なお、事業者名のアルファベットは表3および4に対応する。

「削りかまぼこは、売れ残った板付きかまぼこをカツオ節用の箱型の鉋で削って作っていました。20人ぐらいが夜業で削るので、眠くならないようにおばあさんが見張っていました。子どものころ、削った残りを食べるのが楽しみでした。」(事業者D会長)

他の事業者への聞き取りによると、セロハンのない時代の板つきかまぼこが製造後2~3日経ち水分が減少すると、かまぼこを板から外し、干して箱型の鉋で削っていた。文献によると、「トロールの休漁期間である夏季は、かまぼこ業も休みで、その間は削りかまぼこを作ったり、氷屋さんに出稼ぎに行ったりして」いた(愛媛県生涯学習センター編, 1992)。『日本水産製品誌』(農商務省水産局, 1913)には削りかまぼこが「白浪蒲鉾」の商品名で、「伊豫国にて製する品」として紹介されている。引用されている「白浪蒲鉾」の広告には「何程日数を経るとても、更に腐敗の患

なく、其上不時客來のせつ、吸物或は即席の酒肴に適當す。實に便利の良品」とある。削りかまぼは、事業者にとっては冷蔵設備の不十分な時代における売れ残り商品の活用と、夏季にも製造・販売可能な商品という位置づけであった。消費者にとっては常温保存が可能で、料理に変化をつけることのできる食材であった。

愛媛県におけるかまぼこ製造は、『漁業センサス』（農林水産省、2008）によると生産額に対して事業所数が多く、生産額は全国で15位、事業所数が4位である（図2）。全国的に大きな生産規模やシェアを持つ事業者はみられない。また愛媛県はかまぼこの消費量が多く、「水産ねり製品全体」で全国4位（総務省統計局、2011）である。かまぼこは愛媛県の食生活に欠かせない食品で、地域の需要に対応する小規模事業者が多いことが

統計データより推測される。

筆者は削りかまぼこ製造の分布を把握するため、『蒲鉾年鑑』（かまぼこ新聞、2011）に掲載されているかまぼこ製造事業者108事業者を対象として、郵送アンケート形式および電話等による調査を実施した。その結果、愛媛県内で削りかまぼこを製造する事業者は、八幡浜市に7事業者と西予市の1事業者、および宇和島市に8事業者に加え、今治市の2事業者の合計18事業者であることが明らかになった（表1および図3）。削りかまぼこは一般的に南予地方の食品であるとみなされているが、東予地方の今治市でも製造・販売され、一方、かまぼこ事業者が多数みられる松山市では製造されていなかった。また南予地方でも、宇和島市より南に位置する南宇和郡では製造されていなかった。

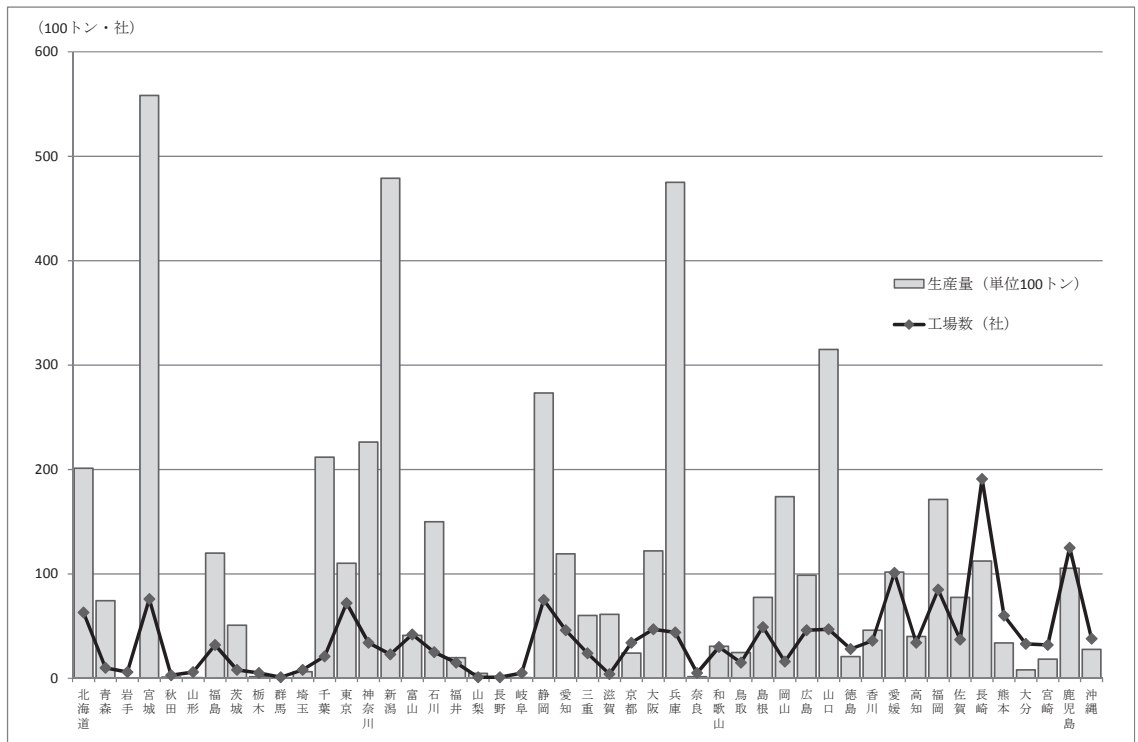


図2 都道府県別かまぼこ生産量および工場数

(漁業センサス (2008) より作成)

なお108事業者のうち、35事業者が廃業または郵便物の宛先不明となった。その原因は、事業者データが長く更新されていなかったものと考えら

表1 愛媛県におけるかまぼこ製造事業者数

地方	自治体名	かまぼこ事業者		廃業・宛先不明	合計
		削りかまぼこ製造	削りかまぼこ非製造		
東予	新居浜市	0	3	0	3
	西条市	0	4	1	5
	今治市	2	8	10	20
中予	松山市	0	8	5	13
	伊予市	0	2	2	4
南予	大洲市	0	1	1	2
	八幡浜市	7	8	11	26
	西予市	1	7	1	9
	宇和島市	8	9	3	20
	松野町	0	1	0	1
	鬼北町	0	2	0	2
	愛南町	0	2	1	3
	合計	18	55	35	108

(2012年6月～8月、『蒲鉾年鑑平成23年版』の事業者データをもとに現地調査により作成)

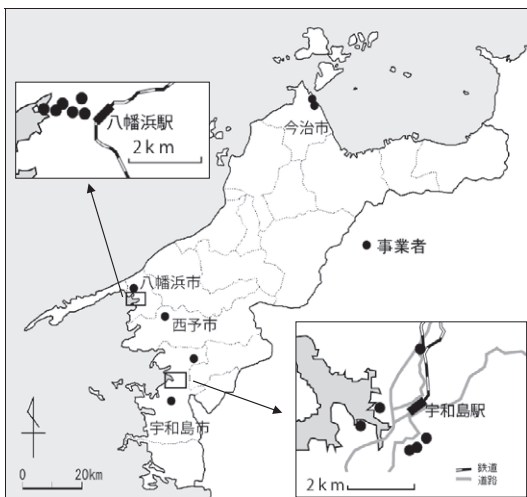


図3 削りかまぼこを製造する事業者の分布(2012年)
(現地調査により作成)

れる⁵⁾。全国的にも事業者は中小零細規模の事業者を中心に転・廃業が進展している。『水産物流通統計年報』(農林水産省, 2005)の長期累年統計をみると「かまぼこ類」を製造する経営体数は2005年に全国で2,868経営体あり、1992年(1,917経営体)と比較し約66%に減少している。愛媛県におけるかまぼこ事業者数の変化は、全国の傾向とほぼ同じだといえる。

筆者は削りかまぼこを製造する事業者のうち7事業者に対し2012年7月および8月に聞き取り調査を行った。削りかまぼこの製造工程には大きく2種類あることが明らかになった(表2)。2種類の製造工程の違いは、削り工程で使用する削り機械の違いに起因する。削り工程と、削り機械の違いによって生じている成型の工程を以下に述べる。

②の成型のうち一種は、南予地方の別のかまぼこ商品である「じゃこ天」の型を基礎とした成型方法(以下「じゃこ天型」と呼ぶ)である。じゃこ天型の事業者には、じゃこ天と同一サイズで成型する事業者と、乾燥時間等の理由から厚みや大きさを調整した専用の型をもつ事業者がある。もう一種は、すり身を大きく平たい方形の型に流して成型する方法で、本研究では「後切り型」と呼ぶ。後切り型は成型後加熱し、乾燥前に裁断する。じゃこ天型と後切り型いずれにおいても、成型時のすり身の厚みが、製品である削りかまぼこの幅に相当する。

⑥の削りでは、じゃこ天型の事業者はかまぼこ専用の削り機械(以下、かまぼこ専用機と記述する)を使用する(図4)。後切り型では、削りぶし用の削り機械が用いられる。これら2種類の削り機械は、削る仕組みは同じだが材料の投入口に違いがある。削る仕組みは、鉋刃を複数枚取り付けられた円盤が回転し、円盤に垂直に当たったかまぼこを上から下へ向かって削る。投入口は、円盤にかま

表2 削りかまぼこの製造工程

製造工程	じゃこ天型工程	後切り型工程
①すり身の製造	板付きかまぼこ同様のすり身を作る ・原魚や味付の関係で削りかまぼこ専用にあることがある ・着色はこのとき行う	
②成型	じゃこ天と同様に成型する ・手押しと機械押しがある ・じゃこ天と同一サイズの事業者と、サイズを調整した専用型を用いる事業者がある	方形の浅い型に流す
③加熱	蒸す	
④裁断	(基本的には行われない)	やや細長に切る
⑤乾燥	天日または機械で乾燥させる ・設備等の要因から、日数や方法は事業所ごとに大きく異なる ・吊るす場合と並べる場合、併用する場合がある	
⑥削り	かまぼこ削り専用機を使用 ・作業前にやや湿らせ、硬さを調整する ・削り機を所有せず、外注する事業所もある	削りぶし用削り機を使用
⑦包装	透明の袋に入れる	

(現地調査により作成)



図4 Z社製削りかまぼこ専用の削り機械

写真中央の円盤の細長い孔に鉋刃を差し込み、回転させて削る。孔の数（鉋刃の枚数）は写真のものは12枚である。かまぼこの投入口が回転軸の奥に見える。

(2012年7月撮影)

ぼこを押しあてることのできる形になっている。

かまぼこ専用機の投入口は幅5cm程度の方形で、円盤に直角に位置する。乾燥後のじゃこ天型のかまぼこは名刺程度の長方形で、短い方の辺を削る。職人が手作業でかまぼこを複数枚重ね、投入口にはめ込む。削りかまぼこの形状は、幅・長さともに均一に仕上がる。事業者によっては、削り機械にかける前にかまぼこをロール機にかけて曲がりなどを整える。製品の厚みや幅が、食感に影響する。一方、削りぶし削り機械の投入口は上から材料を入れる。その形状は入口が広く鉋刃に向かうにしたがい狭くなっており、投入口は「ジョウゴ」と呼ばれる。後切り型のかまぼこの形状は事業者によって異なるが、じゃこ天型よりは細長い長方形である。後切り型の方がかまぼこに厚みがあり、そのため製品の幅が広がる傾向にある。かまぼこは投入口に縦（鋭角）に投入され、製品の形状はじゃこ天型と比べ幅や長さには

らつきが生じる。

聞き取り調査の結果を表3に示す。すべての事業者が、冷凍すり身をできるだけ使用せず地元の特産品を使用した商品づくりを自社の特色に挙げていた。現在の水産練り製品製造業では、原料に冷凍すり身⁶⁾を使用することが一般化している。(社)金融財政事情研究会(2008)によると、日本国内の水産練り製品の主原料の約70%がスケトウダラ冷凍すり身で占められ、そのうち約70%が輸入される。愛媛県のかまぼこは冷凍すり身の使用度が低いといわれ、宇和島市の事業者では冷凍すり身の使用割合が約35%とされる(愛媛県史編纂委員会, 1983)。複数の事業者が、原料を含め昔から変わらない商品づくりをアピールポイントとしていた。小規模で魚市場の近くに立

地する事業者は、事業主自身が買付を行っている。削りかまぼこに関しても、昔から製造する商品ということで製造が続けられていた。

Ⅲ 削りかまぼこの物質的变化

削りかまぼこの地域的な特色は、商品の物質面と商品価値の2つに分けてみることができる。削りかまぼこの歴史のなかで物質的な特色を生んだ契機はその発生のほか、削り工程の機械化が挙げられる。機械化の経緯やその後の普及過程から、他地域にはない削りかまぼこ地域との結びつきを検討する。

表4のとおり、削り工程で使用する機械はかまぼこ専用機と、削りぶし用の削り機械の2種類に分かれる。かまぼこ専用機は、愛媛県伊予市に

表3 聞き取り調査対象事業者

事業者名 所在市	話者1) (年齢)	創業年 事業者の歴史	主な 販路2)	仕入 方法3)	従業員数1) (内正規)	発言等の内容
A 今治	事業主 (53)	明治時代末 他店のかまぼこ 製造を祖父が引 継ぎ開業	通販	魚店	6 (6)	・冷凍すり身を入れれば機械を変えなければならないし、味に地域性が出ない ・約20年前からじゃこ天を製造、観光客が求めるため
B 八幡浜	事業主 (48)	1961年 先代が独立開業	通販	買付	6 (4)	・鮮魚を使用する方が、手間を考慮しても安価に作れる ・通販比率は売上の約20%・漁師さんとの共存も大切な取り組みである
C 八幡浜	事業主 (75)	1938年 以前は卸売専門、 引出物	通販	買付	5 (5)	・(八幡浜の事業者では)古い方である ・近隣の小学生の製造体験を受け入れている ・八幡浜の漁業への懸念をもっている
D 宇和島	会長 (81)	1888年	百貨店	魚店	42 (42)	・先代がZ社と相談して専用機を製作した ・組織が強くないといけない
E 宇和島	後継者	1960年 鮮魚・仕出し店 から開業	百貨店 駅・空港	魚店	46 (34)	・宇和島のかまぼこの味はしょっぱい(塩味が主体) ・小さい店が残っているのは、地域に支えてくれる人がいるから
F 宇和島	後継者	1907年 鮮魚・仕出し店 から開業	通販	買付	29 (29)	・冷凍すり身で試作をしたことがある(本文を参照) ・宇和島は漁業の状況も八幡浜よりよいのではないかと ・技術を維持するため製造の人員を多く確保している
G 宇和島	事業主 (73) 後継者 (45)	1949年 先代が開業	駅・空港 卸売	魚店	49 (46)	・地域に伝わる商品ということで、1980年代に削りかまぼこを製造し始めた ・組合の結束を維持するためには、自社が少々不利になる程度がちょうどよいという意識を持っている

1) 調査時点のもの。

2) 主な販路は自社店頭販売を除く。

3) 仕入方法は、「買付」は事業者が市場へ行く場合、「魚店」は業者が買付け事業所まで配達してもらっている場合をさす。

(2012年7月および8月現地調査により作成)

表4 事業者ごとの削りかまぼこの製造方法

事業者名	成型方法1)	すり身の製造	乾燥方法 並べ方	削り機1)	購入 時期	削り機 設置所	Z社との関わり	その他
A	後切り	板付きと 同じ	機械 平置き	Z社 節用	1980 年代	資材庫	1度だけZ社に修理し てもらったことがあ る	・削り機購入以前は削り工程を委託 ・今治では削りかまぼこを「鯛の華」 と呼ぶ
B	じゃこ天	板付きと 同じ	天日 平置き	Z社 専用機	不明	資材庫	2005年頃から、鉋刃 の研磨を依頼	・多い時月に1-2回製造 ・Z社の探索に苦勞した
C	じゃこ天	板付きと 同じ	天日 吊るし 後平置	Z社 専用機	1950 年代 後半?	資材庫	自社にて研磨しており 取引はない	・先代とZ社に削り機を見に行った ・乾燥には風が重要 ・鉋刃の調整（取り付け）が難しい
D	じゃこ天 サイズ変更有	専用 (魚の質)	機械 吊るし	Z社 専用機	不明	工場内	取引はない（鉋刃の 研磨は近隣の工場に 依頼）	・削る前にローラー使用 ・乾燥後の重量は30%に減少 ・削りかまぼこの売上構成比約10%
E	じゃこ天 サイズ変更有	専用 (味付の 違い)	機械 NA	Z社2) 専用機	不該当	設置せず (委託)	(直接の関係はない)	・2-3か月に1回製造 ・以前は乾燥も委託していた ・削りかまぼこの売上構成比約0.2%
F	じゃこ天 サイズ変更有	板付きと 同じ	天日 吊るし 後平置	Z社 専用機	不明	工場内	週1回程度、鉋刃の 研磨を依頼	・削る前にローラー使用 ・乾燥時に日光が強いと変色
G	後切り	板付きと 同じ	天日 平置き	他社 節用	1980 年頃	工場内	(他社の削り機械使用 のため関係はない)	・削りかまぼこ導入の際は手さぐりだっ た（他社の助言等は受けなかった）

- 1) 成型方法の「じゃこ天型」「後切り型」および削り機の「節用」「専用機」の別は本文および表2にしたがい分類した。「節用」は削りぶし用機械、「専用機」はかまぼこ専用機をさす。
2) 委託先が使用する削り機械。

(2012年7月および8月現地調査により作成)

立地する鉄工所であるZ社によって製造されている。聞き取り調査を実施した7事業者のうち、Z社の機械を使用する事業者は6事業者である。事業者Gは、他社の削りぶし用削り機を使用する。事業者Aは、Z社製の削りぶし用削り機を使用していた。

Z社は、同じ伊予市で大正時代に創業した削りぶし製造業が使用する削り機を製造する⁷⁾。伊予市（当時は伊予郡）で1916（大正5）年ごろ、3社の削りぶしの事業者が相次ぎ創業した。Z社はそのうちの1社に協力し、削り機械を開発・製造し削りぶし製造業の成長に寄与した。調査時における代表者は2代目にあたる。

かまぼこ専用機は第二次世界大戦後に開発された。先述したように削りかまぼこは売れ残りの板

付きかまぼこを活用した副産物として製造されていたが、食料品需要の増加に伴い削りかまぼこの需要も増大し、生産量の拡大と能率向上の目的で開発された。事業者DがZ社に依頼し相談しながらかまぼこ専用機を開発した。

事業者Dの会長への聞き取りによると、開発にあたり事業者Dの当時の社長（会長の父）は当時のZ社の代表者（創業者）を宇和島市の工場に招いた。事業者Dでは当時、既に削りかまぼこはじゃこ天の型を用いて成型されており、Z社にかまぼこの形状や製造現場を見てもらった。Z社のかまぼこ専用機によって、従前は1枚ずつ削っていたかまぼこを複数枚同時に削ることが可能となった。また手作業ではかまぼこに削り残りが生じていたが、機械化によってかまぼこを全て削り

きることができるようになった。かまぼこ専用機の製作に追加して、削りかまぼこの製品としての美しさや均質性を向上させるため、ローラーが製作された。

かまぼこ専用機の開発以降、他の事業者もかまぼこ専用機を導入していった。聞き取りによると、かまぼこ専用機を開発した時期に事業者Dは宇和島蒲鉾組合の組合長の任にあり、同業者間の情報交換を通じて広まったのだらうという。事業者Cでは、購入した先代が独立前の店でかまぼこ専用機を扱っていた。またかまぼこ専用機の開発後は、削りかまぼこを製造するかまぼこ事業者が増加したという。

かまぼこ専用機の開発がもたらした削りかまぼこの変化は、商品の位置づけと製造方法の標準化である。じゃこ天型で成型することは、成型の段階から削りかまぼこ専用機に製造されることを意味する。事業者Dでは、かまぼこ専用機を開発を依頼した時にはじゃこ天型による成型が行われていた。事業者Dにおいては、他の事業者に先行して削りかまぼこが1商品として独立して製造され、量産が必要な状況にあった。

そして事業者DとZ社が開発したかまぼこ専用機を介して、成型にじゃこ天型を使用することが他の事業者にも広まった。ただし、削り機購入の動機などは事業者によって異なる。また、現在も削りぶし削り機を使用する事業者が一定数存在する。それでもかまぼこ専用機は、製造過程や商品の形状に一つの型をもたらすこととなった。

かまぼこ専用機は、Z社の削りぶし削り機の投入口の形状を変更したものである。かまぼこ専用機の投入口は事業者Dの成型方法に合わせて製作されているため、かまぼこ専用機を購入した事業者は、成型方法をじゃこ天型に変更し、板付きかまぼこの副産物として製造することは困難となった。南予地方のかまぼこ事業者にとって、

じゃこ天の型は身近な型で成型作業が容易である。現在は機械による成型も可能である。削り機械の種類と成型方法は一致しており（表4）、削り機械が削りかまぼこの形状および製造過程を規定している。

このような製造過程の変化は、かまぼこ専用機開発におけるZ社と事業者Dの対面接触が影響している。Z社は開発に先立ち事業者Dを訪問し、最終的には製品の完成度を高めるためにかまぼこ専用機だけでなくローラーを追加した。Z社とかまぼこ事業者の地理的近接性が両者を結びつけ、かまぼこ専用機を開発を容易にしたといえる。

また削り機械の購入および所有は、当該事業者が削りかまぼこの製造の継続を促す効果をもたらしていると考えられる。事業者が所有する削り機械は、聞き取りを行った7事業者のうち4事業者では削り機の購入時期が古く不明で、最初に購入した1台を使用していた。削り機の仕組み自体は簡素で、修理も大部分は事業者自身で行えるという。事業者は削り機があり昔から製造しているため削りかまぼこを製造しているという、経路依存的な状況がみられた。

削りかまぼこは、事業者からみても特殊な商品である。加熱後の工程が長く複数日を要する商品は、他のかまぼこ商品にはみられない。乾燥後は水分等を避ける必要から、削り機械の設置は工場内の袋詰め作業場などに近い区域となる（表4）。小規模事業者では、贈答用の化粧箱などを保管する資材置き場が利用される。削りかまぼこは、他に用途のない削り機の設置と鉋刃を調整する技術を必要とする。比較的従業員数の多い事業者DおよびGでも特定の1名が削り工程を担当する。さらに、削りかまぼこは事業者におけるその売上構成比も高くない（表4）。削りかまぼこは衰退に向かいやすい性質をもつなか、削りかまぼこを製造する事業者は削り機械とともにその取扱い技術

を所有することによって、削りかまぼこを維持している。

かまぼこ専用機の開発は、じゃこ天の型による成型という別のローカルな事柄と結びついている。この結びつきとその合理性は他地域では発生しえず、南予地方独特のものといえる。Z社によるとかまぼこ専用機は約10台製作され、削りかまぼこを製造する事業者のうち約半数に相当する。かまぼこ専用機の開発は、削りかまぼこの形状と製造過程に一つのローカルな標準化が生じていた⁸⁾。

IV 削りかまぼこの価値の変化

次に、削りかまぼこ独自の価値および、愛媛県の鮮魚を原料としたかまぼこ製造全体の価値の変化について検討する。本事例では特に原料に着目する。事業者はどのような理由で冷凍すり身を導入せず従前の原料を選択したかを確認したうえで、外部地域における変化によって相対的に地元の鮮魚を使用したかまぼこの価値の変化を分析する。

生産に関わる当事者が認識する商品価値が地域の外部のまなざしによって変化する過程は、既に複数の実証研究によって指摘されている。例えば福田(1996)は、沖縄県竹富島における町並み保存運動の契機の一つに1960年前後の日本民藝協会の来島を挙げる。竹富島が民芸や芸能の島として全国に紹介され、増加した訪問者たちのまなざしを通じ、島民自身が島の良さに気づかされている(福田, 1996)。外部の人々のまなざしが地域内の人々の価値認識を変化させ、以後の島の伝統文化を守る活動に結びついている。また濱田(2002)は大分県の小鹿田焼を事例に、産地の人々が民芸運動との接触を通じて小鹿田焼の伝統に自覚的になり、その後は産地独自の伝統を選択していく過程を分析している。まなざしの対象が他地

域ではみられない事物である場合、地域内部がその価値を自覚すると、以降の商品づくりや生産活動の方向性に影響を受ける。

削りかまぼこの価値や位置づけについては、先述したように削り工程の機械化を契機とする変化がみられる。すなわち機械化以前は売れ残り商品の活用や常温保存という点に商品価値が見出されていた。かまぼこ専用機を導入した事業者では削りかまぼこは1商品として独立し、売れ残りの活用という位置づけは消滅した。その後の冷蔵技術の発達に伴い、常温保存が可能という特色も現在では重要ではなくなった。

では、現在の削りかまぼこの価値や位置づけは何であるか。削りかまぼこを製造する事業者は、地域または自社で昔から製造している商品であることを製造の理由としていた。事業者Gは、1980年代に削りかまぼこ製造を開始した。事業者Gはその理由として削りかまぼこが「地域に伝わる」商品であることを挙げた(表3および表4)。またアンケート調査の過程で、削りかまぼこを製造しない八幡浜市の2事業者で、削りかまぼこが「地域のもの」であるため、削りかまぼこを他社から仕入れて販売していた。松山市の1事業者は、削りかまぼこを「南予のもの」であるため製造しないという。事業者自身が削りかまぼこに対して特定の地域のものという認識をもち、事業者はその認識を製造や販売の理由として挙げていた。

事業者Bは、削りかまぼこの価値について次のように答えた。

「削りかまぼこの価値はよその人にはわからないと思う」(事業者B)

他の事業者も、削りかまぼこの価値を常温保存や製造面での利点、または特定の用途などを挙げて説明することはなかった。他の商品につい

ては、例えば今治市の事業者Aは、じゃこ天を製造販売する。事業者Aはじゃこ天を製造していなかったが、観光客からの需要に対応したという。削りかまぼこ製造にはこのような対応はみられなかった。また削りかまぼこがテレビ番組⁹⁾で全国的に紹介された時の状況について、事業者Cでは放映後は注文が殺到したが、その注文が継続することはなかったという。

つまり現在における削りかまぼこの価値は経済合理性で説明できるものではなく、地域の伝統的な食品という、もっぱら文化的なものとして認識されていた。しかもその価値は、他の地域では通用せず、ローカルにのみ共有可能であると認識されていた。そして事業者はたとえ削りかまぼこの生産をしていなくても仕入れ販売を行ったり、新たに製造を開始したりしている。事業者は文化的価値を経済活動に反映させ、削りかまぼこの生産と消費および価値の地理的範囲を無意識のうちに維持していた。

次に、鮮魚の使用について述べる。聞き取りを行った事業者のなかには、冷凍すり身を全く使用しない事業者もみられる。愛媛県で冷凍すり身の導入が進展しなかった主な理由として、聞き取りでは他の地域で生じたような原料不足がみられなかったためという。価格についても、事業者は冷凍すり身よりも鮮魚での仕入れが安価であるという。加えて、聞き取りでは次のような回答を得た。

「(自社では冷凍すり身の導入による)メリットがなかった。今でも鮮魚の方が値段は安い。それに冷凍すり身を使うには、機械を買わなければならないし、不必要になる機械も出てきます。それから(冷凍すり身は)小回りがきかない。うちは小規模なので、小ロットでよく、鮮魚なら量の調節ができるけれど(冷凍すり身では量の調節が難しい)。仕事も、今まで普通にやってきた

ことで、大変だとは思いません。味に関しては、全然違います。(冷凍すり身では)地域性が出ませんね。」(事業者A, カッコ内は筆者による補足)

事業者Aは、原料の変更に対して主に3つの点から検討していた。まず冷凍すり身が、現状の事業者の仕事や経営における課題を解決するかである。事業者は原料不足および仕事量の軽減や人件費の削減といった課題はなく、原料を変更する利点を感じなかった。次に、冷凍すり身を導入した場合の製造過程や経営への影響である。冷凍すり身導入には新たな設備投資を伴い、製造量の変更が生じる。事業者は冷凍すり身を導入した場合の製造過程や味、そして事業経営の再構築に負担を感じていた。最後に、冷凍すり身では味に地域性が出ないと事業者は感じていた。

事業者Fは、1960年代の半ばに冷凍すり身で実際に試作をした経験をもつ。

「しかし、お得意さまに試食してもらったところ、「甘い。いつもの味の方がよい。」といわれて、実際に売ることはなかったそうです。」(事業者F 後継者)

冷凍すり身には冷凍によるタンパク質変性を防止する目的で甘味料が添加されている(山川, 1988)。事業者Fのかまぼこの味つけは塩味が主体であるため、冷凍すり身では事業者のいつもの味とはならず、顧客に受け入れられなかった。つまり事業者は、経済的理由や顧客の好みなど現実的な理由から、冷凍すり身を受容せず従来の原料を選択していた。

愛媛県生涯学習センター(1995)によると、1960年頃には北海道から研究者や冷凍すり身業界の人々が事業者を訪問し、積極的な冷凍すり身の普及活動が行われた。1970年以降は冷凍すり

身の加工技術がさらに進歩し、鮮魚を使用する事業者には苦しい時期が続いた半面、原魚の取り合いが緩和され仕入れが容易になった面もあった。1985年頃から全国的に本物や伝統、およびグルメへの志向が高まり¹⁰⁾、鮮魚を使用したかまぼこが見直されるようになった。

現在では、事業者は積極的に鮮魚の使用をアピールしており、伝統的な原料や製法を維持していることが商品価値につながると考えられている。事業者は地域の需要に対応するだけでなく、インターネットによる通信販売など、地域外への販売も行う。聞き取りによれば、インターネットによる通信販売の主な利用者は過去に当該事業者の商品を食べたことのある顧客で、そのなかにはアレルギーのため冷凍すり身を避ける消費者や、化学調味料無添加を好む消費者が含まれる。食の安心・安全という商品価値が事業者に認識されている。

削りかまぼこの価値の変化は、削り工程の機械化を契機とした商品の位置づけの変化と、地域のものという価値の発生、そしてかまぼこ製造全体における地元の鮮魚を使用することの価値の変化にみられた。機械化以前に削りかまぼこが持っていた実用的な価値は失われていった。その後外部環境の変化により、鮮魚を使用したかまぼこは伝統的で安全な食品と再評価されるようになり、削りかまぼこは地域のものという文化的な価値を認められていった。削りかまぼこ自体の価値は、実用的かつ他所でも通用する価値から、文化的で地域でのみ共有される価値に移っていた。

V 削りかまぼこの地域文化—結びにかえて—

IIIおよびIVで検討した、削りかまぼこの物的変化と価値の変化の過程を図5に整理する。商品の物的変化を引き起こした直接の契機は、量産のための機械化であった。削りかまぼこは取引関係と

して他のローカルな生産と結びつき、その結びつきが商品における独自性をうんだ。そしてかまぼこ専用機の普及と事業者の商圏というかたちで削りかまぼこの地理的分布が規定された。かまぼこ専用機の普及と同時に、削りかまぼこの製造過程がローカルに共有された。その後、時期的には冷凍すり身を導入せず商品に大きな変化のない期間に、削りかまぼこに対する文化的価値が生じている。本事例において文化的価値の醸成は、物的変化のない期間中に、あるいは物的変化のない期間を経て、生じたと考えられる。

原料をめぐる価値の変化については、ナショナルな地理的スケールの他地域との比較のなかで価値が生じていた。本物志向や食の安心・安全という価値は地域を含んではいるがナショナルに共有可能なものである。削りかまぼこ自体の価値はあくまでローカルにとどまっており、価値の地理的スケールとその共有可能性には差異がみられる。

本研究の結果、結ばれた取引関係が領域化するということは、製造機械や製造過程などにおけるローカルな標準化であることが明らかになった。標準化された状態が継続し、その間に他地域とは共有不可能な削りかまぼこへの価値認識が生じていた。この価値の共有が、削りかまぼこの地域文化だといえる。

価値の地理的スケールをはかる一つの手がかりとして、商品の価値に関わる規格や法令などの地理的スケールは有効な指標といえる(池田, 2013)。当該食品の生産者が市場や生産活動のスケールをどのレベルまで視野に入れているかをみることが可能である。例えば地域団体商標(地域ブランド)は他地域の商品との差別化が目的であり、地域外の市場における競争が意識されている。しかし事業者は削りかまぼこの価値を、地域外部の市場では競争できない、あくまでローカルにのみ共有されるものと捉えている。削りかまぼ

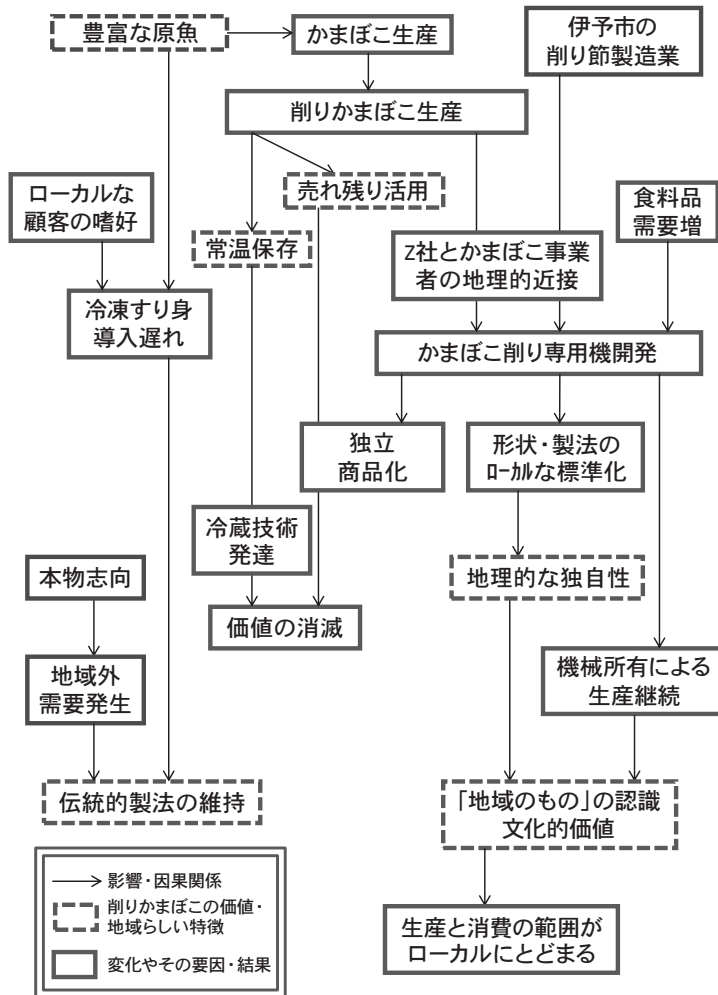


図5 削りかまぼこにおける地域との結びつき模式図

(筆者作成)

この生産・消費のローカルな地理的スケールは、その文化的価値を共有しうる範囲にとどまり、価値のスケールによって規定されている。

聞き取り調査では、複数の事業者が地域の漁業とかまぼこ製造の関わりに言及していた。漁業との関わりとは、仕入れで原料を安易に買ったたくことはせず配慮していることや、かまぼこ製造は通常の鮮魚としては利用されない漁獲物の活用という位置づけである。特に八幡浜市の事業者で

は、地域の漁業に対する懸念が目立った。またその他にも組合や地域における事業者の取り組みから、事業者が生産を地域のなかに様々に位置づけていた。生産者の視点において生産が地域に根ざすとは、自社の経営を超えて地域の一部として生産を捉え価値づける視点をもつことではないかと考える。

【付記】

本稿の作成にあたり、愛媛県のかまぼこ事業者、八幡浜および宇和島の蒲鉾協同組合、ならびに機械製造の事業所の方々のご協力を得た。また首都大学東京大学院都市環境科学研究科教授の菊地俊夫先生よりご指導いただきました。ここに記し感謝申し上げます。なお本研究の骨子は日本地理学会2012年秋季学術大会（神戸大学）にて発表した。

注

- 1) ここでの関係論的視点とは、企業や個人などの経済活動や主体間の相互作用に着目し、それらと地理的要素がどのように影響し合うかを考察するものである（水野，2013）。このような視点の背景には新古典派経済学への批判があり，人間の合理的判断には限界があることや情報の非対称性などが指摘され，社会・文化的文脈が重視される（水野，1999）。関係論的視点に立つ概念には，「取引されない相互依存（untraded interdependence）」（Storper，1997），「弱い紐帯の強さ（the strength of weak ties）」（グラノヴェッター，2006）や後述するレギュレーション理論などがある。
- 2) 立見（2000）によれば「地域的レギュレーション」とは，ボワイエ（Boyer, B）によって示された，レギュレーション理論をローカルな空間スケールに適用した理論である。レギュレーション理論の中心概念の一つに「調整」があり，それは経済活動を定まった方向へと収束させる過程であるという。地域経済が発展する背景にはそれを支える調整様式があり，さまざまな空間レベルの調整様式のうちローカルなものが「地域的レギュレーション」と呼ばれる。
- 3) なお、『八幡浜市行政文書』（1934）には鈴木が自ら記入した産業調査個票が残されており，鈴木は事業開始年月を1888（明治21）年10月と記載している。
- 4) 『八幡浜市誌』は1975年版と1987年版の2種類が発刊されており，1975年版では鈴木が1903年に考案した商品は「干かまぼこ」と記されている。
- 5) 『蒲鉾年鑑 平成23年度版』の事業者データの作成時期は明らかではないが，聞き取り調査で得られた情報から1990年頃の事業者データを使用し市町村合併による住所変更のみを行ったものと推定される。
- 6) 冷凍すり身は1960年に北海道中央水産試験場に

よって開発された。当時，水産練り製品業界では原料不足が問題となり，他方，北太平洋で漁獲されるスケソウダラの有効利用が模索されていた。冷凍すり身は原料不足の解消，労働負荷の軽減などの利点から，かまぼこ製造の新たな原料として普及した（辻，2003；（社）全国すり身協会ホームページ）。

- 7) 筆者の文献調査の範囲では，現在削りぶしの削り機械を製造する事業者は日本全国で6社あり，Z社はその1社である。
- 8) ただし，かまぼこ専用機による削りかまぼこのローカルな標準化はあくまで一つの多数派の様式であることに留意したい。標準化を強調しすぎるとは，今治市における削りかまぼこの製造や，南宇和郡では製造されていない事実を覆い隠すおそれがある。
- 9) 2008年6月12日放映分の『秘密のケンミンSHOW』（読売テレビ）をさす。
- 10) 1980年代後半の日本では，グルメ（美食）がトレンドの一つとなり，都市生活者を中心に，美味で珍しい食事への関心が高まり始めた（高田，2004）。また伝統的なものを評価する傾向について，1984年には食品科学分野の研究者を中心とする「日本伝統食品研究会」が設立された。設立の趣旨は，加工食品の発達や流通の反面で失われる日本の伝統食品およびその品質・技術を再現し科学的に解明することにある。同研究会は，たとえ伝統の名を冠した食品であっても，実際には量産化や機械化で重要な技法が省略されている状況を危惧する（日本伝統食品研究会ホームページ）。また食品ではないが，「伝統的工芸品産業の振興に対する法律」が1984年に公布され，経済産業省による伝統的工芸品の指定事業が開始されている。

文 献

- 青野壽郎・尾留川正平編（1969）：『日本地誌 第18巻（愛媛県）』二宮書店。
- 荒木一視（2006）：2004年山口県阿東町で発生した鳥インフルエンザと鶏肉・鶏卵供給体系—フードシステムにおける食料の安全性とイメージ—。経済地理学年報，52，138-157。
- 荒木一視（2012）：モンスーンアジアのフードと風土。横山 智・荒木一視・松本淳編著『モンスーンアジアのフードと風土』明石書店，7-20。
- 伊賀聖屋（2008）：清酒供給体系における酒造業者と酒米生産者の提携関係。地理学評論，81，150-178。

- 池田和子 (2013): 「食文化」の商品化－概念に関する一考察－. 観光科学研究, **6**, 135-145.
- 今治市 (1990): 『今治郷土史 第三編』.
- 上野和彦・西村龍平 (1990): 地場産業地域の形成に関する一考察－播州素麺業地域を事例として－. 経済地理学年報, **36**, 141-151.
- 宇和島市 (2005): 『宇和島市誌 (下)』.
- 愛媛県史編纂委員会 (1983): 『愛媛県史 地誌 I (総論)』.
- 愛媛県史編纂委員会 (1989): 『愛媛県史 人物編』.
- 愛媛県生涯学習センター (1992): 『ふるさと愛媛学 調査報告書 宇和海と生活文化』.
- 愛媛県生涯学習センター (1995): 『ふるさと愛媛学 調査報告書 臨海都市圏の生活文化』.
- かまぼこ新聞 (2011): 『蒲鉾年鑑 平成23年度版』 食品経済社.
- (社) 金融財政事情研究会 (2008): 『第11次業種別審査事典 第1巻』 きんざい.
- グラノベッター, M. 著, 大岡栄美訳 (2006): 弱い紐帯の強さ. 野沢慎司編『リーディングス ネットワーク論－家族・コミュニティ・社会関係資本』 勁草書房, 123-154.
- 清水克志 (2008): 日本におけるキャベツ生産地域の成立とその背景としてのキャベツ食習慣の定着－明治後期から昭和戦前期を中心として－. 地理学評論, **81**, 1-24.
- 総務省統計局 (2011): 『家計調査年報』.
- 第四回内国勸業博覧会事務局 (1895): 『第四回内国勸業博覧会出品目録 第四部 水産』 合資商報会社.
- 高田公理 (2004): 食文化市VI・現代－「飢餓」から「食の簡便化・趣味化」へ－. 原田信男編著『日本の食文化』 (財) 放送大学教育振興会, 74-85.
- 立見淳哉 (2000): 「地域的レギュレーション」の視点からみた寒天産業の動態的發展プロセス－岐阜寒天産地と信州寒天産地を事例として－. 人文地理, **52**, 552-574.
- 辻 雅司 (2003): 冷凍すり身産業の展開と国際化の課題. 漁業経済研究, **48**, 19-41.
- 新山陽子・清原昭子 (2006): 食の安全とフードシステム. 稲本志良・桂 瑛一・河合明宣編『アグリビジネスと農業・農村 多様な生活への貢献』 (財) 放送大学教育振興会, 230-251.
- 「日本の食生活全集 愛媛」編集委員会 (1988): 『聞き書 愛媛の食事 (日本の食生活全集38)』 社団法人農山漁村文化協会.
- 農商務省水産局 (1913): 『日本水産製品誌』.
- 農林水産省 (2008): 『漁業センサス』.
- 農林水産省 (2005): 『水産物流通統計年報』.
- 濱田琢司 (2002): 維持される産地の伝統－大分県日田市小鹿田焼陶業と民芸運動－. 人文地理, **54**, 431-451.
- 福田珠己 (1996): 赤瓦は何を語るか－沖縄県八重山諸島竹富島における町並み保存運動－. 地理学評論, **69A**, 727-743.
- 水野真彦 (1999): 制度・慣習・進化と産業地理学. 経済地理学年報, **45**, 120-139.
- 水野真彦 (2013): 経済地理学における制度・文化的視点, ネットワーク的視点, 関係論的視点. 経済地理学年報, **59**, 454-467.
- 元木 靖 (1982): 蓮根栽培地考－霞ヶ浦湖岸低地の事例に即して－. 埼玉大学紀要 (社会科学編), **29**, 15-37.
- 山川健重 (1988): 動物性食品の加工法 魚介類. 金田尚志・五十嵐脩編著『食品学講義3 食品加工学』 光生館, 164-181.
- 八幡浜市 (1934): 『八幡浜市行政文書』.
- 八幡浜市 (1975): 『八幡浜市誌』.
- 八幡浜市 (1987): 『八幡浜市誌 (市制50周年記念版)』.
- Storper, M. (1997): *The regional world: Territorial development in a global economy*. Guilford Press.
- (社) 全国すり身協会ホームページ <http://surimi.org/mince/history> (最終閲覧日2014年8月13日)
- 日本伝統食品研究会ホームページ <http://dentoushokuhin.web.fc2.com/> (最終閲覧日2014年11月19日)