

和菓子屋さんとローカルフード

— 伝統食品の製造販売にみる今日の広域食材・食品供給およびご当地性 —

荒木 一 視

Food chains of Japanese-style confection stores:
Traditional food manufacturing in today's supply system

ARAKI Hitoshi

(Received September 28, 2012)

はじめに

1.1. 背景

私たちが日常的に口にする食料・食品は、広域的な流通体系によって供給されている。北海道で作られた農産物が九州で食され（その逆も）、特定の1食品会社で製造された食品が全国で販売・消費されることは既に私たちの日常生活の一部になっている。それはまた、輸入農産物・食料においても同様である。しかし、1990年代後半以降こうした広域流通体系のもとでの食品事故や事件が頻発し、食の安全性にかかわる議論が高まっている（荒木 2012a）。また、こうした動きと対応し、スローフードやローカルフードなどの運動も展開されるようになった。これらは、「地産地消」（下平尾ほか 2009）や「地域ブランド」（高柳 2007）あるいは「ご当地グルメ」や「B級グルメ」（中川 2010、佐々木 2012）などをキーワードとする地域振興の文脈ともかかわりながら、これまでにない関心が高まっている。それらの動きの中では、ローカルな食材を使うことでの安全性の主張や地域振興の取り組み、また、画一的な食に対して、地域の伝統的な食品、食文化を守ろうという試みが展開されている。

いわゆるスローフードやローカルフードをめぐる運動である。これらの動向は欧米においても同じであり、その基礎を成すともいえる「食の質（quality of food）」にかかわる学術的な検討も先行して行われてきた。例えば、Ilbery and Kneafsey (2000), Banks and Bristow (1999), Mansfield (2003), Marsden and Arce (1995), Marsden, et.al. (2000), Murdoch, et.al. (2000), Renting et.al. (2003) などがあり、日本語で紹介したものとして荒木ほか (2007), 荒木 (2007) などがある¹⁾。これらの文脈で使われる食品の質には、単に安全性が確保されている、あるいは高品質という食品安全や栄養学的、食物学的な質だけではなく、社会的文化的な側面からの質も含まれる。例えば、製法では手作りのものが評価されたり、長い伝統を持つ食品が評価される。国産品か否かを含めた産地も重要で、地域色やローカル性の濃いものの評価が高くなることが多い。ほかにも生態系にネガティブな影響を与えていない、製造過程で人権に配慮されている、生物学的多様性・文化的多様性を尊重するものである、等が食品の品質として評価される。

以下、若干の研究例を示しながら論点を示したい。まず、食品の質が何に由来するのかに対するアプローチとして有力なものがフードネットワーク論である。わが国では伊賀の一連の研

究(2004, 2007)がある。そこでは味噌や米酢の事例から食品の質の構築過程が検討されている。具体的には構築過程を「質の概念化」「質の物質化」「質の維持」という3つの観点からとらえ、食品の質が社会的な意味を通じて認識され、アクターによって創り出され操作されることが出来るものとしている。すなわち、食品の質とは物質的な品質のみではなく、アクター（人間）の操作によるところも少なくないとする立場、むしろ食の質の構築にはそれらの側面が重要であるという立場である。

逆に高柳（2007）は、この文脈によりつつも物質としての質と社会的に認識される質とのずれから「虚構としての地域ブランド」について論じた。いわゆる地域ブランドと称される牛肉を例にとり、和牛流通の仕組みからそれらの持つ地域性が希薄なことを明らかにし、地域ブランドを冠した牛肉ではあるものの、それらの商品自体に付随するローカル性が縮小していることを指摘した。その上で、高柳はブランドを用いた地域振興の方向性として、徹底的にローカル性を追求することで差別化を図ることや、少しでも認知度を高めるためにブランドの空間範囲を拡大することとあわせて、虚構としてのローカル性を利用することをあげている。ここにみるように、私たちは今日食品の可食部分のみを消費しているのではなく、食品に付随している情報やイメージを消費している。あるいは情報やイメージの部分が可食部分よりも高い付加価値を生み出しているともいえる。これは、食品（商品）を提供するサイドにとっては、食品に物語性を付加することで需要喚起を計る戦略が有効なことを示している。

こうした観点は、食品ではないものの福田（1996）による赤瓦の論考や荒山（1995）による文化のオーセンティシティ（真正性）という視点とも共通するものがある。福田では決して伝統的ではなかった竹富島の赤瓦がいかにして伝統的であると見なされるようになったかを検討し、荒山では国立公園の成立を引きながら伝統がいかにかに創造されたかを論じている²⁾。同様の議論は食品をめぐる伝統やオーセンティシティと置き換えて考えることができる。例えば、高柳（2007）のいう地域ブランドだけでなく、伝統食品やローカルな食材とされるものにおいてである。あるいは「ご当地グルメ」や「B級グルメ」ばかりではなく「ゆるキャラ」等においても同様に、「ご当地」性が重要である（以下、ご当地性と表記）。それは「演出されたオーセンティシティ」（荒山 1995）ではないのだろうか。あるいは竹富島の赤瓦のように作られた伝統ではないのだろうか。

高柳の論じる牛肉の地域ブランドのみならず、「ご当地グルメ」などにおいても同様の真正性／虚構性を描き出すことは可能であろう。しかし、それが本質ではない。あるいはこれらを「情報の非対称性」の文脈で把握することができるのかも知れない。しかし、本研究が目指すのは「情報の非対称性」の議論でもない。そうした虚構性を孕みつつもなぜ、それらが注目されるのか。ある意味で商品の提供者も消費者もそれに熱狂する（してしまう）のかを解き明かしたいのである。そのためには高柳、荒山、あるいは福田らが論じているように、それがどのような文脈の中で機能してきたかを踏まえておく必要がある³⁾。地域振興、農業振興、観光振興などの文脈の中でそれらがどのように目論まれ、利用され、あるいは取捨選択されてきたのかを問いたいのである。

実際、伝統食品やローカルな食品や食材、あるいは「ご当地グルメ」などが地域振興に寄与するという文脈で語られることは少なくない⁴⁾。では、はたしてそれらが当地の地域振興に効果的に寄与しているのだろうか。むしろ、キャラクターやご当地ものを開発すること、それが注目されることが目的になっているのではないか。本来それは地域振興に寄与するということが議論されるべきである。いかにしてキャラクターやご当地ものを作ったかではなく、それが

いかにして地域振興の上で機能したのかを問うべきである。地域振興策であるならば、地元経済への波及効果を持って評価されるべきである⁵⁾。はたしてご当地ものとされている食品が開発され、PRされ、マスコミに取り上げられ、一定程度の集客や売上があったとして、地域振興の上でどの程度の波及効果がみこめるのだろうか。あるいは赤瓦の例は成功事例であったかも知れないが、その方法が常に有効であるといえるのだろうか。二匹目のドジョウをねらえば良いのだろうか。逆説的にいえば、その効果が限定的であっても、これほどまでにご当地性やご当地もの、ローカルブランドの開発に関心を持つのはなぜなのか。注目すべきは真正性と虚構性を暴くことよりも、その背景、なぜそれらに注目し、それによる地域振興を目指そうとするのか、なぜそれほどまでにご当地性を強調しようとするのか、を探ることである。

1.2 目的

以上のような問題意識に立ち、本研究では和菓子を取り上げてローカルフードやスローフードなど「近年注目される良質食品」の実態を明らかにする。また、そこに「虚構性」はあるのか、あるとすればどのようなメカニズムが働いているのかを検討する。私たちが取り組まねばならないのは、ご当地グルメや地域ブランドを推奨することではなく、それが孕む問題点を顕在化させることだと考えるからである。

そこで本研究が着目したのが和菓子である。和菓子とは洋菓子に対する言葉で、わが国の伝統的な製法によって作られた菓子とすることができる。また、和菓子店は広域的なチェーン展開ではなく、個店で地場の市場を中心とした営業をおこなっている店舗、その土地々々の銘菓として昔ながらの製法の和菓子を作り続けている店舗も少なくない。こうした状況も相まって、和菓子は比較的伝統的な食品のスタイルを保っており、文化的な伝統やご当地性などの文脈で取り上げられることが多い。そこで、こうした和菓子の原材料の産地、納入業者、および販売先との地理的關係を和菓子店からの聞き取り調査を通じて明らかにし、今日の食品供給の一面を描き出す。すなわち、伝統色やご当地性が強いと見られるこれらの商品をフードチェーンの側面からとらえることで、その実態を明らかにするとともに、それらがどのように消費されているかを対比し、伝統色やご当地性がどのようにして実現されているのか、その背景にはどのような営力が働いているのかを明らかにする。

1.3 調査対象

調査対象地域については、人口規模や流通上の位置を踏まえて複数の都市を選定した。人口規模の小さい方から山口市、宮崎市、岡山市であり、2010年の国勢調査による人口は山口市が196,628人、宮崎市が400,583人、岡山市が709,584人である。また、山口市と岡山市は山陽地方にあり、山陽自動車道、国道2号線、山陽新幹線などの交通の便も良好である。一方、宮崎市は宮崎自動車道、東九州自動車道が開通しているものの、福岡や熊本など九州内の大都市との交通の便は決して良好とはいえない。このような多様性を持った都市の和菓子店に着目し、そのフードチェーンを明らかにする。

具体的な調査の手順は、(1)当該地域の電話帳を元に、対象とする店舗をリストアップ、(2)同リストに基づいて調査員が実際に店舗を訪れ、あらかじめ用意した調査票に則って聞き取り調査を実施、である。山口市の調査は2009年12月、岡山市の調査は2010年1月、宮崎市の調査は2010年1月～2月にかけておこなった。このうち山口市の調査では、旧市内を中心に17店舗での聞き取りをおこない、10店舗から回答を得た⁶⁾。同様に、宮崎市では電話帳か

ら54店舗をリストアップし、その中から重複や確認できない店舗を除いた49店舗に調査員が赴いた。49店舗のうち、調査拒否など回答を得られなかったものが17店舗あり、都合32店舗から有効な回答を得ることができた。岡山市の調査では電話帳から140店舗をリストアップし、その中から重複や確認できない店舗を除いた86店舗に調査員が赴いた。86店舗のうち、調査拒否など回答を得られなかったものが35店舗あり、都合51店舗から有効な回答を得ることができた。

調査内容は当該店舗での主力商品を3件まで挙げてもらい、それぞれの商品の原材料の納入業者（調達先）の所在地と原産地を問うた。なお、和菓子の場合の原材料を全て列挙していくとかなりの多品目になってしまうため、ここでは1商品について当該商品の主要原材料を最大3つまであげてもらい、それぞれについての調達先の業者と材料の産地を回答してもらった⁷⁾。これによって、和菓子店を中心とする食材・食品流通を描き出す。その際、調達先と原産地については、海外、国内、県内、地元の4つのカテゴリーに大きく分類した。なお、ここでいう地元の範囲はおおむね自市町村内及びその周辺を指している。例えば山口市の調査の場合は県東部の岩国市や県西部の下関市は県内ではあるが地元には含まれないカテゴリーとなる。一方、主要な販売先についても同様に調査項目とし、フードチェーンの上流から下流までを把握することにつとめた。

2 和菓子のフードチェーン

2.1 山口市

山口市の和菓子材料の納入業者の所在地と原材料産地の概要は図1に示される。山口市の調査で回答の得られた10店舗から、17品目の和菓子に関する原材料産地とその納入業者の所在地についての情報を得た。17品目の内訳は山口の伝統的な和菓子といわれる外郎（ういろう）が4件、饅頭が4件、最中が3件、羊羹、あられ、おかき、せんべいといった一般的な和菓子が各1件、他に山口の銘菓といわれる求肥を使った和菓子が1件、マーマレード菓子が1件であった。これら17品目の主要原材料として38の材料、また納入業者については都合29の業者があげられた。そのうち県外の業者は3件で原材料としては県外産の餡とでんぷんを納入する業者であった。一方、納入先の中心を担うのは県内の業者で、29業者のうち25業者にのぼる。25業者についての原材料産地は、外国産の小麦粉、県外産の小麦粉、小豆（餡の原材料として）、バターなど13件があげられた。県内業者の取り扱う県内産品は9件で、砂糖⁸⁾やミカン、モチ米などがあげられた。決して県内業者が県内産品を扱っているわけではない。なお、地元の納入業者1件は県内産のモチ米を扱う業者であった。また、調査から得られた主だった和菓子の原材料とその産地は表1に示されるが、県外産品としては小麦粉やでんぷん、小豆など保存がきき、長距離輸送にも耐えられるような原材料が多く、県内産にはミカンや鶏卵など比較的腐敗性が高く輸送しにくいものが認められる。

和菓子屋さんとローカルフード

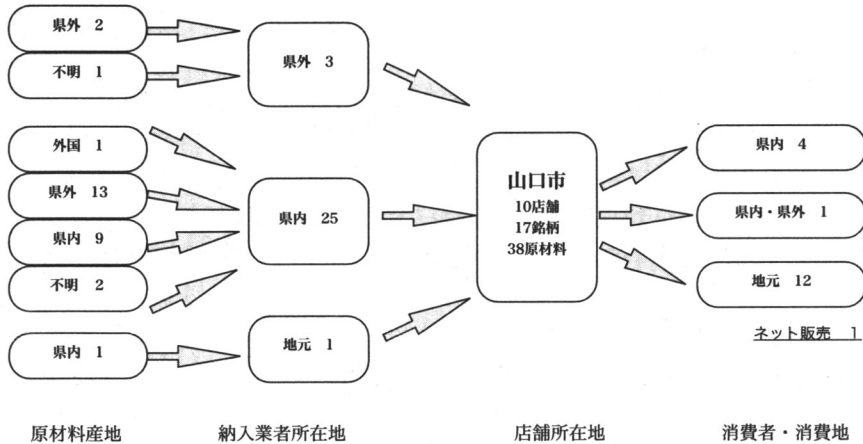


図1 山口市の和菓子のフードチェーン

聞き取り調査により作成

注：上流部については各原材料・納入業者別の件数を、下流部については各銘柄ごとの件数を表記した。

表1 原材料とその産地

原材料産地	山口市	宮崎市	岡山市	長門市	厚狭町
外国	小麦粉	小麦粉, ピーナッツ, アーモンド, カシューナッツ, チーズ, 砂糖,	小麦粉, 餅粉, 大豆, ピーナッツ, マーガリン, 洋酒, 砂糖, 塩,	小豆	
県外	小麦粉, 小豆, バター, 山芋, ワラビ粉, 餡, でんぶん	小麦粉, もち米, もち粉, うるち米, 黒豆, 小豆, 卵, バター, 生クリーム, カスタード, スキムミルク, イチゴ, インゲン豆, 山芋, 黒糖, 砂糖, 醤油, 餡, 白玉粉, 粉寒天	もち米, 米粉, 小豆, 卵, トマト, 柏の葉, 葛, 栗, 干し柿, インゲン豆, 山芋, 芋, 砂糖, 水飴, 醤油, 餡, こしあん	薄力粉, 豆, アーモンド, バター, ヨモギ, 栗, 水飴, 砂糖	もち米, 小豆
県内	もち米, 小麦粉, 鶏卵, ミカン, 夏みかん, 砂糖	小麦粉, 米粉, 小豆, 卵, 牛乳, 生クリーム, ヨモギ, 梅, イモ, サツマイモ, 日向夏, 砂糖, 黒砂糖	もち米, 黒豆, 卵, イチゴ, 餡, きな粉		もち米
地元		もち米, 落花生, 卵, イチゴ	米, もち米, 小豆, マスカット, おから, キビ粉	卵, 柚子, ミカン	うるち米

聞き取り調査により作成

表記は回答による。おおむね穀類, 豆類, 肉類・乳製品, 青果物, 加工品の順序で配置した。

一方、販売先では10店舗全てが市内に工場を持ち、製造販売を手がける和菓子店であり、上記17品目中12品目が地元のみで販売される和菓子であった（ネット販売1件を含む）（図1）。一方、販売先が地元のみならず県内に広がっているとしたのは2店舗の5品目であった。このように山口市の和菓子店の販売先は極めてローカルなスケールに完結しているといえる。

2.2 宮崎市

宮崎市の調査で有効な回答の得られた32店舗から、合計68品目の商品（和菓子）の主原料として159の原材料、また納入業者については135の業者に関するデータを得ることができた。その経路は図2に示すように多くの食材が県外の業者から納入されていることがうかがえ、外国の業者からのものも3件確認できた。一方、地元を含む県内業者からの調達は全体の4割程度に留まっており、6～7割が県内業者からの調達であった山口市の場合とは対照的である。原材料の産地に関しても県外産が最も多く、県内外の業者を通じて合計135件のうち91件が県外産であった。表1に示すように、外国産の原材料としては小麦粉、豆類、チーズ、砂糖などがあげられた。県外産は多岐に及び小麦粉、モチ米、小豆、チーズ、砂糖などからイチゴ、卵などの生鮮品まで広く見られた。一方、県内産では小麦粉や砂糖に加えて、芋や牛乳、卵、生クリームなど比較的生鮮品の比率が高い。地元については卵、イチゴと生鮮品が中心となる。これらの点では山口のケースと共通している。

なお、上記68品目の商品のうち53品目は当該店舗で製造販売されており、他所で製造したものを販売しているというものは14件であった⁹⁾。山口市のケースでは、販売のみの店舗が少なく、この点では差異が認められる。一方、販売先に関しては地元あるいは県内との回答が大部分を占め、販売先の局地性については山口市の場合と共通している。なおネット販売を展開するのは4店舗であった。

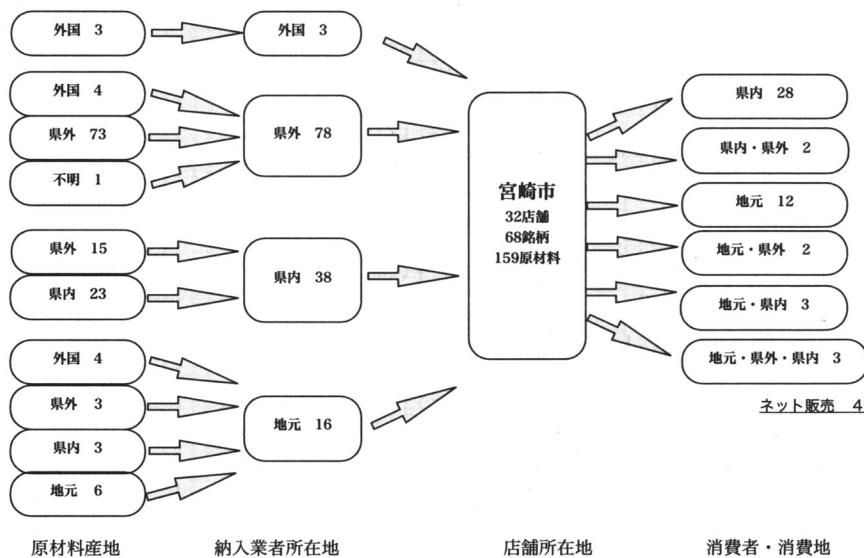


図2 宮崎市の和菓子のフードチェーン

聞き取り調査により作成

注：上流部については各原材料・納入業者別の件数を、下流部については各銘柄ごとの件数を表記した。

2.3 岡山市

岡山市の調査では有効な回答の得られた51店舗から、合計160品目の商品（和菓子）の主原料として273の原材料について回答を得ることができた。なお、納入業者については194の業者のデータが得られた。その概要は図3に示されるが、県外業者51に対して、県内業者83、地元業者44（単独納入先のみ）と、県外業者からの調達に比べて、県内業者（地元業者含む）

からの調達が多く、宮崎市の場合とは対照的である。原材料産地（表1）については外国産では小麦と砂糖，ピーナッツなどの回答があった。おおむね山口市や宮崎市での調査と同様の傾向であるといえる。県外産ではモチ米や小豆，砂糖などのほか，卵やトマトなどの生鮮品が一部に認められ，県内産ではもち米，卵，きな粉，地元産ではもち米，マスカット，おからとなった。同様に生鮮品についてはより近距離の産地からの供給という側面が認められる。これらも先の山口，宮崎のケースと同じである。

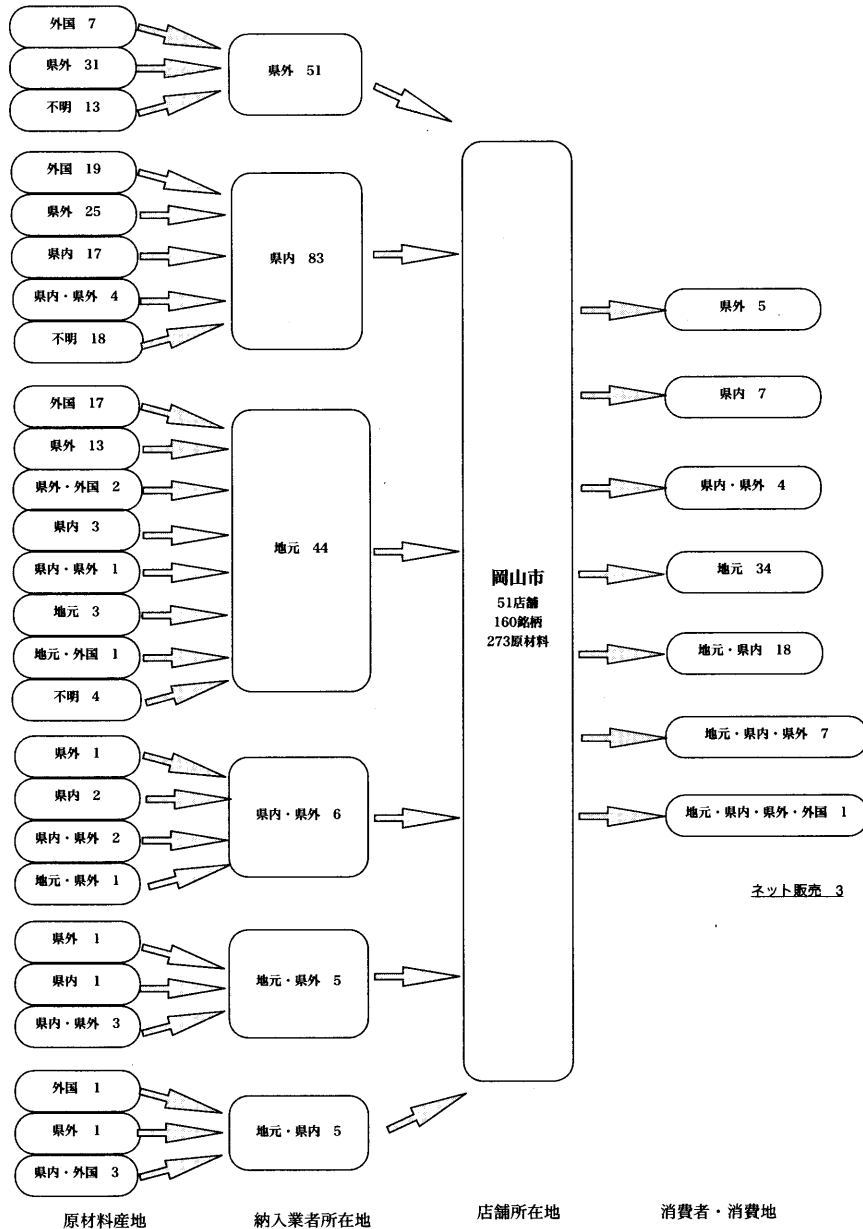


図3 岡山市の和菓子のフードチェーン

聞き取り調査により作成

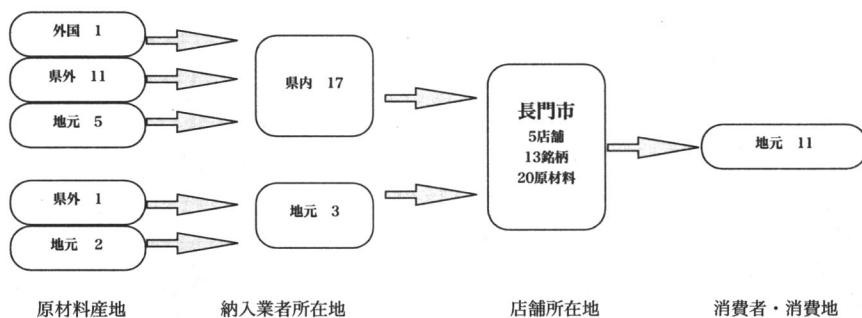
注：上流部については各原材料・納入業者別の件数を，下流部については各銘柄ごとの件数を表記した。

また、回答の得られた143の商品のうち95商品が店舗で製造販売されており、販売のみというケースは45であった。山口市の場合よりも岡山の場合に似ている。また、販売先は地元中心であり、これについては山口市、岡山市の場合と同じである（ネット販売は3件）。

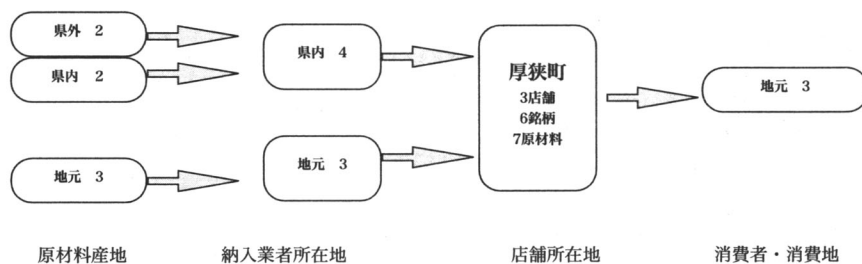
2.4 長門市と厚狭町

なお、県庁都市ほどの人口規模を持たない地方の中小都市での動向を補足的に把握しておくために、山口県長門市と旧厚狭町においても同様の調査をおこなった。調査の実施は2011年11月である。長門市は山口県北部の都市で2010年国勢調査では人口38,349人である。電話帳で確認できた和菓子店は5店であり、全ての店舗で調査を行った。旧厚狭町（現山陽小野田市）は、2005年の合併前までは山陽町であり、同町役場も置かれていたこの地域の中心地の一つである。なお、山陽町は1956年に厚狭町と埴生町の合併により発足している。この地区の2005年の国勢調査による人口は15,618人で、新幹線の厚狭駅が位置する。電話帳で確認できた和菓子店は3店で、同様に全ての店舗で調査を行った（図4）。

その結果、長門市の場合では20の原材料の納入業者の多くは県内の業者（17件）で地元は3件に留まった。また、原材料産地については県外と答えたものが12件と多く、山口市で見られた傾向と大きな違いは認められない。一方地元の納入業者については、サンプルが少ないものの、地元産の材料の取り扱いを行っている傾向が認められた。また、同様にサンプルが少ないものの表1の原材料産地を見ると、外国からは小豆、県外からは豆、バター、栗、砂糖などと多様なものが見られるのに対して、地元産は卵と柚子とミカンであり、生鮮品が地元から



(A) 長門市の和菓子のフードチェーン



(B) 厚狭町の和菓子のフードチェーン

図4 長門市・厚狭町の和菓子のフードチェーン

聞き取り調査により作成

注：上流部については各原材料・納入業者別の件数を、下流部については各銘柄ごとの件数を表記した。

という傾向はここでも認められた。

旧厚狭町の場合では納入業者は地元と県内に2分され、県内業者は主に県内外からの原材料を扱い、地元業者は地元産原材料を取り扱っているというパターンが明確に認められた。県内業者の取り扱う材料はモチ米と小豆、地元業者が取り扱うのはうるち米であり、サンプルが少ないこともあり、生鮮品についての動向は判断できない。なお、販売先は長門市、厚狭町ともに地元であった。

2.5 まとめ

ここまで山口市、宮崎市、岡山市のそれぞれのケースから和菓子のフードチェーンの解明につとめてきた。その結果、以下を指摘できる。第1は原材料の特徴による産地の違いであり、小麦粉や豆類、砂糖などが海外産の原材料としてあげられた。これに対して、県内産や地元産としては卵、イチゴやミカンなどの果実などがあげられた。これらは腐敗性の高さや保存、輸送のしやすさ等の和菓子材料の特性によって理解することができる。第2は納入業者の所在地であるが、宮崎市のケースでは県外業者の比率が大きいことが特徴であった。これは、宮崎市が他都市と比べて交通の便が決して良くないことが想定できる。和菓子に使用する一般的な原材料であっても、県内業者からの調達には不十分さがあることを想定できる。この点で交通や流通システム上のアクセスの善し悪しは中間流通業者の立地にも大きく影響をしているといえる。最後に、販売先はいずれのケースでも地元での販売が中心で、都市の規模の大小を問わず和菓子店は極めて限られた商圈の上に経営されてきたといえる。

3 ご当地性を謳う和菓子とそうではない和菓子

以上を踏まえて、本章では和菓子の種類の違いに着目して検討したい。一般的にその土地の銘菓や名物と謳われる和菓子では、特徴ある食材や加工法により、他の和菓子とは差別化された商品として製造販売されていることが多い。これに対しておかきやあられなどでは類似する商品との差別化は容易ではなく、おおむね似通った製造方法により、似通った商品が店頭に並ぶことになる。そこで、(1)ローカル性やご当地性を強調したいいわゆる差別化された商品としての和菓子と(2)似通った製法や一般的な原材料で作られるために差別化されることが少ない商品の2つのタイプに着目して検討を加える。

第1は差別化を目指した商品であり、ここでは特に地元の銘菓、名物とされるような和菓子を取り上げた。山口市の場合には外郎を取り上げ、宮崎市では地元色を強く出したまんじゅう(チーズまんじゅう)を、岡山市ではきびだんごを取り上げた。外郎は全国各地にみられるが、当地のものは独自の製法があり、山口観光コンベンション協会のホームページなどにおいても当地の銘菓として筆頭に紹介されている和菓子である(www.yamaguchi-city.jp/souvenir/, 2012,9,26確認)。宮崎市のまんじゅうについても同様に宮崎市観光協会の食品紹介のページで「宮崎生まれの超人気洋風和菓子」「宮崎の多くの菓子店をはじめ、ほとんどのお土産屋においてある宮崎を代表するお菓子」と紹介されている(www.miyazaki-city.tourism.or.jp/gourmet/index.html, 同日確認)。岡山市ではきびだんごを対象とした。これについては多くの説明を要しないと思われる当地を代表する和菓子である。以下、これらの商品を主たる対象としつつ、その土地々々の銘菓として昔ながらの製法の和菓子と見なしうる数種類の和菓子にも着目して検討する。

これに対しておかきやあられなどの米菓は、モチ米という原材料においてもその製法におい

ても、普遍性が高く、上記の商品とは対極の性格を持つと考えられる。同様の性格を持つ和菓子として、おはぎ、大福餅、かしわ餅、たい焼き、どら焼きなども想定できる。また、これらの商品はどの都市においてもひろく製造販売されている商品でもある。以下各都市ごとにこれらの性格を有する和菓子類についても検討を加える。

3.1 ご当地性の強調された和菓子・山口市

山口市の外郎はワラビ粉（ワラビ粉とはワラビの根茎からとれるでんぷん）が使われていることが特徴であり、主要な原材料としてはワラビ粉のほかに小豆、砂糖、小麦粉などが一般的である。今回の調査では外郎の製造販売を手がける店舗3店から回答を得た。各店舗の主要原料（表2）としてあげられたのは、A店が小豆とワラビ粉であり、小豆は北海道産のものを県外の業者を通じて調達、ワラビ粉も同様に県外のものを県外の業者から調達しているということである。B店でも餡とでんぷんがあげられ、双方ともに県外産を県外の業者から調達するということである。なお、ここでいうでんぷんはワラビ粉の代替品である。純粹にワラビの根からとるでんぷんは採取や製造に手間がかかるため、わらび餅などと同様にサツマイモなどからとれるでんぷんで代替されていることがある。また、C店では県内産の夏ミカンを使った独自の外郎を販売しているが、ワラビ粉は県外の業者から調達するということであった。

表2 ご当地性を謳った和菓子の原材料と産地

都市名	店舗	商品名	原材料名	原材料産地	調達先業者	
山口	A店	外郎	小豆	県外（北海道）	県外	
		外郎	わらび粉	県外	県外	
		外郎	砂糖			
	B店	外郎	豆餡	県外	県外	
		外郎	でんぷん	県外	県外	
	C店	外郎	夏みかん	県内（萩）	県内	
		外郎	砂糖	県内（下関）	県内	
		外郎	ワラビ粉		県外	
	宮崎	D店	チーズ饅頭	チーズ	外国	県外
チーズ饅頭			小麦粉	県外	県外	
チーズ饅頭			砂糖	県外	県外	
E店		チーズ饅頭	小麦粉	県外	県外	
		チーズ饅頭	バター	県外	県外	
		チーズ饅頭	生クリーム	県外	県外	
F店		チーズ饅頭	クリームチーズ	県外	県内	
岡山		G店	きびだんご	もち米	県内	県内
		H店	きびだんご	砂糖	県内	
	きびだんご		もち粉			
	きびだんご		きな粉	県内		
	I店	きびだんご	砂糖		県内	
		きびだんご	もち粉	県外		
		きびだんご	きび粉	地元		
	J店	きびだんご	餅粉	外国	地元	
		きびだんご	砂糖	外国	地元	
		きびだんご	水あめ	県外	地元	
	K店	きびだんご	もち米	地元		
		きびだんご	砂糖	県内		
	L店	きびだんご	もち米	地元		
		きびだんご	水あめ			
		きびだんご	砂糖			

聞き取り調査により作成
空欄は不明

外郎と同様に求肥を使った和菓子とマーマレード菓子もローカル性を強調している和菓子として取り上げた。前者は創業明治16年を謳う老舗の和菓子店の看板商品であるが、原材料のモチ米は地元産及び県外産、白あんは北海道産などと県外産に依存している。また、マーマレード菓子では地元の夏みかんと砂糖が原材料としてあげられた。

このようにご当地性を謳う和菓子であるものの原材料に関しては、特定のものを除き、地元産品が使用されているというわけではない。むしろ、主な原材料の餡や小豆、ワラビ粉やでんぶんについては県外からの調達が生じている。

3.2 ご当地性の強調された和菓子・宮崎市

宮崎市の調査において先のまんじゅうを扱っている店舗は3件確認でき、D店では主原料のチーズは外国産のものを県外の業者を通じて、小麦粉も県外産を県外業者から、砂糖も県外産を県外業者から調達しているとのことであった。E店もバター、生クリーム、小麦粉いずれも県外産を県外の業者を通じての調達であった。また、F店もクリームチーズを大阪のメーカーから県内業者を通じて調達しているとのことであった。このように「宮崎を代表するお菓子」と謳われているものの、原材料はいずれも県外から調達されている。ここでも、ご当地性を強調する和菓子といえども決して地元や県内産の食材を主として使用しているわけではないことがうかがえる。既に見たような原材料の納入業者の県外比率が高いという宮崎市の特徴もその背景として考えられる。

3.3 ご当地性の強調された和菓子・岡山市

岡山市の調査において、きびだんごを扱っている店舗は6店舗あるが、おおむね材料に大きな差はなく、もち米（粉）、きな粉、砂糖、水飴が中心である（表2）。もち米は比較的県内産や地元産が使用されているものの、水飴や砂糖では外国産、県外産が認められた。また、主要な原材料の餅粉でも外国産を使用する店舗も認められた。

岡山ではきびだんごに加えて、さらに数店舗の差別化を目指した商品、岡山の伝統性を謳う和菓子を取り上げた。具体的にはおかやま観光コンベンション協会のホームページ（www.okayama-kanko.net/sightseeing/index.php、同日確認）などで岡山の特産品・銘菓として紹介されている7件から、創業が天保期に遡るという和菓子店をとりあげた。江戸時代から作り続けているというこの店舗のまんじゅうであるが、主原料の米は地元産、小豆は北海道産、砂糖は大日本明治精糖から、小麦粉は神戸の増田製粉所から仕入れており、水は市内の冷泉（環境省名水百選）を利用しているということであった。いずれも高い品質を謳った材料を使用したものである。ただし、それらが地元や県内の材料というわけではない。

このように岡山のケースでも、ご当地性を謳った和菓子が地元や県内産の材料を多く使用しているとはいえない。逆に高い品質を謳うためには国内各地の優良産地や優良企業とされているところから和菓子の原材料を調達する必要があるという側面も認められた。

3.4 米菓子他一般的な和菓子

ここではご当地性やローカル性が高くない一般的な和菓子類、とくにその原材料の普遍性や一般的な製造法など、特殊性の少ないものとして、おかきやあられ等の米菓に着目する。また、同様の性格を有する和菓子類として数点をとりあげ、それらの原材料と産地を検討する（表3）。

まず、山口市のケースでは、おかきとあられの原材料は県内産のモチ米（宇部農協）を使用している。

宮崎市のケースでは県外産であったが、岡山市のケースでは県内産の米を使っていることが確認された。米を原材料とする場合には地元や県内からの調達が中心になっていることがうかがえる¹⁰⁾。

表3 米菓子ほか一般的和菓子の原材料と産地

都市名	店舗	商品の種類	原材料名	原材料産地	調達先業者
(1) 米菓子					
山口	ア	おかき	もち米	県内	県内(宇部農協)
	ア	あられ	もち米	県内	県内(宇部農協)
宮崎	イ	おかき・あられ	おかき	県外	県外
	イ	おかき・あられ	落花生	外国	県外
岡山	ウ	おかき	うるち米	県内・県外	県内
	ウ	おかき	もち米	県内	県内
	ウ	おかき	大豆	県内	県内
(2) その他の一般的な和菓子					
山口	エ	せんべい	小麦粉	外国?	県内
	エ	せんべい	鶏卵	県内	地元
長門	オ	かしわもち	上用粉(米粉)	県外	県内(下関)
	オ	かしわもち	砂糖	県外	県内
	オ	かしわもち	よもぎ	県外	県内
	オ	おはぎ	小豆	タイ	県内
	オ	おはぎ	砂糖	県外	県内
	オ	おはぎ	水飴	県外	県内
宮崎	カ	大福	赤エンドウ豆	県外(北海道)	県外
	カ	大福	ヨモギ	県内	県内
	カ	大福	もち粉	県外	県外
	キ	いちご大福	もち粉	県外	県外
	キ	いちご大福	白こしあん	県外(北海道)	県外
	キ	いちご大福	いちご	県外	県外
	ク	どら焼き	卵	地元	地元
	ク	どら焼き	小麦粉	外国	地元
	ク	どら焼き	小豆	県内	地元
	ケ	桜餅	もち米	地元	実家から
	ケ	桜餅	あんこ	県内	地元
	コ	おはぎ	もち粉	県内	県内
	コ	おはぎ	米	県外(北海道)	県外
コ	おはぎ	小豆	県内	県内	
岡山	サ	かしわもち	米粉	県外	県外
	サ	かしわもち	かしわの葉	県外	県外
	シ	たいやき 小倉あん	小麦粉	外国	県外
	シ	たいやき 小倉あん	砂糖	外国	県外
	シ	たいやき 小倉あん	あずき	県外(北海道)	県外
	ス	たいやき あんこ	あずき	県外(北海道)	?
	ス	たいやき あんこ	砂糖	?	県外
	ス	たいやき あんこ	小麦	外国	県外
	ス	たいやき カスタード	小麦	外国	県外
	ス	たいやき カスタード	卵	県外	県内
	ス	たいやき カスタード	牛乳	県外	県内
	セ	せんべい	うるち米	県外	県外
	セ	せんべい	しょうゆ	県外	県外
	ソ	どら焼き	小麦粉	県外	県内
	タ	いちご大福	もち粉	県外	県内
	タ	いちご大福	いちご	県内	県内
	タ	いちご大福	白あん	不明	地元
	チ	いちご大福	うずら豆(白あん)	県内	県内・県外
	チ	いちご大福	もち粉	県内	県内・県外
	チ	いちご大福	いちご	県内・県外	県内・県外
	ツ	せんべい	うるち米	県内・県外	?

聞き取り調査により作成
商品の種類は、回答のままを使用した。

次に、米菓子に類するものとして取り上げた一般的な和菓子類についてであるが、山口市／長門市では外国産が2品目（小麦粉と小豆）、県外産が米粉、砂糖、よもぎなど4品目5件、県内産が鶏卵の1件であった。宮崎市では外国産が1件（小麦粉）、県外産が米、モチ粉、イチゴ、など5品目6件、県内産がよもぎ、小豆、あんこ、モチ粉など5件、地元が卵とモチ米の2件であった。とくに桜餅の原材料のモチ米は実家からというケースも見られた。岡山市では外国産が小麦（粉）と砂糖など4件、県外は米粉、小豆、卵、牛乳、醤油、小麦粉など10件、県内はイチゴ、白餡、モチ粉の3件、他に県内及び県外産の使用としてイチゴとうるち米の2件がある。これらは若干の差異があるものの2章で検討してきた全体的な動向と大きな違いがあるものではない。とくに、小麦粉や小豆・餡など一般的な原材料の場合は県外や海外、その一方で、うるち、もちといった米、および卵、牛乳、果実などの生鮮品については県内、地元傾向がうかがえる。

以上から、ご当地性を謳うものとそうでないものかという違いよりも、その和菓子の特性、すなわち小麦や小豆を使ったものか、卵や牛乳、果実を使ったものかという違いが原材料産地に大きな影響を与えているといえる。伝統やご当地性を謳った和菓子が決してその地方の原材料を用いて作られているわけではない。逆に米を使ったものは一般的な和菓子でも、地元産を使用というケースが多く見られた。一方で、商品の品質を高く保つためには、遠隔地の優良産地や優良企業から原材料を入手する必要性がみられた。この点は坂本・荒木（2012）の壱岐焼酎の事例においても言及されているが、今日のフードシステムの中では高い品質を確保するためには遠隔の優良産地に原材料の供給を依存せざるをえないということがある。

4 おわりに

本論文ではローカルフード、スローフードという観点から和菓子に着目し、山口、宮崎、岡山の各市の事例からそれらのフードチェーンを明らかにした。得られた知見は以下の通りである。第1には原材料は腐敗性が低く、保存や輸送が容易な小麦粉等で海外産品が多く見られた（小麦は国内産が極めて少ないこともある）。一方で、生鮮品については地元や県内産が比較的多く、原材料の性質と産地の間には少なからぬ関係が認められる。これはいずれの事例地でも該当する。第2に調達先の業者のロケーションに関しては、他と比べて全国的な流通体系の上でのアクセスが他に比べて良好ではない宮崎市において、県外業者からの調達比率が高いことが認められた。第3に販売先はいずれにおいても地元が中心であった。第4にご当地性を謳った和菓子についてであるが、決してローカルな原材料を使用しているわけではない。むしろ、より一般的な米菓子において地元産原材料の使用という傾向が認められ、和菓子の種類や使用する材料の性格に依存しているといえる。また、良好な品質を確保するためには地元産の原材料では限界があり、あえて他所からという側面も認められた。

以上の知見を踏まえて、近年関心が高まりつつあるローカルフード、あるいは「ご当地もの」などにかかわる動きの背景を検討したい。本調査では、ローカル性を謳う商品であっても一般的な商品と大差のないのフードチェーンで原材料が供給されていることが明らかになった。逆にいえば、和菓子のローカル性、ご当地性ということに関してはその都市、その地方のみで販売されているということがその依拠するところであり、原材料産地のローカル性、ご当地性とは関連が希薄ともいえる。この点をローカル性やご当地性の文脈で抱き合わせて語られることの多い地域振興の文脈から考えてみたい。確かにローカルフードやご当地食品で集客や売上の

増加があれば、当該店舗やその加工場及びそれに関係する人の利益にはなる。しかし、その波及効果はいかばかりのものなのか。お菓子やラーメンやそれらのご当地食品が売上を伸ばしたところで、それらの原材料供給が域外からなされているのであれば、当該地域にどれほどの経済的波及効果を及ぼすのか。小売部門や観光業者がうるおえば、それは地域振興であるといって評価してよいものなのだろうか¹¹⁾。これは単にローカルフードやご当地食品をめぐる地域振興の文脈だけではない。それらをジオパークやご当地キャラクターに置き換えることもできる。

安易な観光開発とそれがもたらすネガティブな側面は既に指摘されてきたことである。ではなぜ、フードチェーン上の仕組みは変わらないのに、これほどご当地性にこだわり、それを強調しようとするのだろうか。全く異なる分野ではあるが、一つの興味深い指摘がある。バナジーとデュフロ(2012)による『貧乏人の経済学—もう一度貧困問題を根っこから考える—』である。同書は貧困研究が多くの実証を積み上げてきたにもかかわらず、貧困問題が解決しないことに警鐘を鳴らし、世界各地の事例分析、とくに政策の効果の客観的な計測を通じて、イデオロギーよりも個別の解決策を論じることを訴える。イデオロギーとはすなわち、「貧困は市場原理にまかせることによって解決する」「貧困は援助や支援によって解決する」という2つの主要なアプローチのことであり、そのいずれが優れているかを論じることによって貧困が解決されるのではなく、具体的な問題と個別の答を考える方が重要であると主張する。「自由市場」と「援助」、あるいは「市場」と「政府」というイデオロギーの対立に終始したところで、貧困は解決しない。必要なのは個別の具体的な処方箋である。自由市場にまかせること、あるいは援助をすることがよいと主張するための事例研究、あるいはある事例を持って、市場の有効性を強調しようとする研究、同様に援助や公的機関の役割を強調しようとする研究、どちらが優れているのかを主張し合う議論、イデオロギーの対立に終始しても貧困は解決しない。求められているのは事例に応じた個別の答であるという主張は興味深い。あくまでも、市場にゆだねる、あるいは援助に依存するというのは貧困解決のための選択肢であって、絶対的にどちらかが優れた方法というわけではない。しかし、少なからぬ貧困研究が、どちらかが優れているという議論に帰結させることに意義を見だしているのではないか。それは貧困を解決する上で、決して効果的な議論ではない。

この問題提起はひとえに貧困問題・貧困研究ばかりにかかわることではない。例えば、農業振興の文脈においても同じことがいえる。本来的に万能の農業振興策などない。しかし、規模拡大なら規模拡大を、機械化なら機械化をお題目のように唱え、日本中のどこであっても、規模拡大、あるいは機械化によって農業振興が達成されるという風潮がありはしなかったか。無論、規模拡大や、機械化によって成功したケースも存在する。しかし、全てが成功したわけではない。重要なことは個々のケースにおいて何が最適な対策かを見極めることである。しかしながら、現実には規模の拡大や機械化があたかも万能の農業振興策のように語られたのはなぜか。その背景には農業の規模拡大をよしとするイデオロギー、あるいは機械化をよしとするイデオロギーが存在していたのでは無かろうか。そして、研究者は意識的、無意識的にそれを喧伝する事例研究を積み重ねたといえはしないだろうか。あるいは地域開発における内発・外発という文脈に置き換えることもできる。実際にはそれによって成功するケースもあり、成功しないケースもある。双方のケースがあるにもかかわらず、どちらが優れている、どちらがより万能であるということに白黒をつけようとする。それは双方のイデオロギー的な対立ではないのか。求められるのは万能な地域振興の方策は何かということではなく(そんなものはそもそも存在しない)、個々の事例に最も有効な振興策は何かということである。

ひるがえって、ご当地性を強調することが地域振興になるという一種のイデオロギーを見ることができるとは無かろうか。例えば、一頃盛んに取り沙汰された「地産地消」という言葉がある。本来、万能の地域振興策などはない。個々のケースがあり個々に最適の振興策が検討されるべきである。しかし、「地産地消」万能論的な意味合いで使用されてきた側面がある。本来、地産地消が目的ではない、それは手段であるはずのものが、あたかもそれが善であるかのようになり目的化されて語られてきたという側面がある。ここにバナジーらの主張と同じ構図を見ることができるとはならないか(荒木, 2012b)。ローカル性、ご当地性をつかえば地域振興につながるというステレオタイプが喧伝されているにすぎないのではないか。

例えば、本研究で見た和菓子のケースで、はたして効果的に地域振興の成果を上げることができるのだろうか。それとも単なる地元の(あるいは地元とされる)食品のPRすることをよしとする、あるいはそうした食品を開発することをよしとするイデオロギーの喧伝でしかないのだろうか。ローカル性やご当地性の主張をよしとするイデオロギー、それらは牧歌的なお国自慢の側面もあるが、経済発展の政策として展開される際にはそれだけでは片付けられない側面も持つ。税金や労働力が投入されるのであれば経済効率や透明性も問われなければならない。それ無しには、無駄遣い、効果のない熱狂、あるいは特定関係者への利益誘導に終始しかねない。それ無しには、ローカル性やご当地性の主張はそれらを覆い隠し、反対を封じる都合の良い隠れ蓑として利用されるにすぎない側面も併せ持つからである。ひるがえって、実証を金科玉条とした斯学が何も実証できていないのではないか。地域振興に結びつけることができた本当の要因は何か、それを妨げる本当の要因は何か。むしろそれが問われるべきではないか。ローカルフードをめぐる地域振興ではなく、ローカルフードをめぐる地域振興の限界についての議論こそが必要とされている。

付記

本研究は聴き取りに応じていただいた多くの和菓子店の皆様のご理解とご協力無しにはなしえなかった。深く感謝いたします。また、現地調査にあたっては、岡山大学教育学部の川田力准教授、宮崎大学の教育文化学部の中村周作教授のご助力をいただき、岡山大学学生の本木勝士、瀬川信太郎、高月美佐、森本辰麻、森本紘行、宮崎大学学生の小野あずさ、加藤めぐみ、合谷将孝、都倉香奈子、中村裕美、山口大学学生の住吉克哉、長岡広祥、野瀬元気、弘重徹、宮崎大貴の各君には調査員として調査に協力頂いた。記して感謝いたします。

本研究の一部は2011年11月に立教大学で開催された人文地理学会において発表した。また、本研究の遂行に際しては科学研究費補助金 基盤研究 (B) 「第3次フードレジーム下の対日農産物・食料輸出の展開と当事国農業・流通への影響」(研究代表者: 荒木一視 課題番号19320134)および同「アジア太平洋地域における第3次フードレジームをめぐる地理学的研究」(研究代表者: 荒木一視 課題番号23320186)、加えて国土地理協会学術研究助成「食の安全上の脆弱性に着目した今日の米と米加工品の流通に関する経済地理学的研究」(研究代表者: 荒木一視)を使用した。

また、本研究は特定の食品とそれにかかわる地域振興策を論じるものではなく、本研究で取り上げた和菓子のローカル性やご当地性を肯定するものでも否定するものでもない。

注

- 1) フードネットワーク論, フードレジーム論, 商品連鎖のアプローチ, コンヴァンション経済学などであり, 近年の食をめぐる様々なアプローチの中でも重要な論点となっている。例えば, フードレジーム論の中では「新たな問題領域」という観点が提起されている(フリードマン, 2006)。
- 2) 観光資源を「演出されたオーセンティシティ」とし, これとは異なる観光客が体験できない「本当のオーセンティシティ」が存在するという対立的な概念を紹介しつつも, 荒山自身は二項対立的な立場はとらないとしている。筆者の食をめぐる議論においても同様に2つの対立や「本当」「偽り」という議論に重点を置くものではない。
- 3) 誤解を避けるためにもあえて注記するが, 高柳, 荒山, 福田のいずれにおいても, それらの虚構性や真正性を暴き, それらを批判しようとするものではない。
- 4) 無論, それは単に食品だけではなく, ジオパークや世界遺産などをめぐる議論においても同じである(荒木 2012b)。
- 5) 地方に配分されたカネが中央に環流するという議論があった。地域振興を謳ってはいるものの, 実際には中央に環流し地域振興にはなっていないという問題提起である。こうした動きはいわば「見せかけの地域振興」である。しかし, その虚構性を指摘しそれを糾弾するのが目的ではない。そこにどのようなメカニズムが働いていたのかを描くことを目的としたい。
- 6) 山口市は2005年に小郡町, 秋穂町, 阿知須町, 徳地町の1市4町と合併を行い, さらに2010年1月に阿東町を編入した。ここでいう旧市内はこれらの合併前の市域を指している。
- 7) 同一店舗で商品Aの原材料と商品Bの原材料はそれぞれ1つのアイテム(例えば砂糖や小麦粉など)としてカウントされるため, 重複している場合もある。
- 8) 聞き取り調査では砂糖の原産地として国内の都道府県を回答する 경우가少なからず認められた。国内での砂糖の生産量は決して多くないこともあり, 製糖会社や工場の所在地を答えたケースも含まれると思われる。とくに山口県内の場合は県内の砂糖関連業者を指しているものと思われる。
- 9) なお, 残る1件は卸売を主とした業者である。
- 10) 極めて一般的で, ご当地性の低いこれらの商品が地元産, 県内産の原材料を多用していることは, ご当地性を謳った外郎において, 県外産のワラビ粉が使われていることと興味深い対比を示すともいえる。
- 11) あるいは一部の部門を潤すために, より公的な言い回しである地域振興という言葉を使っているということもできる。

文献

- 荒木一視・高橋誠・後藤拓也・池田真志・岩間信之・伊賀聖屋・立見淳哉・池口明子(2007)「食料の地理学における新しい理論的潮流－日本に関する展望－」E-journal GEO 2 43-59.
- 荒木一視(2007)「商品連鎖と地理学－理論的検討－」人文地理59, 151-171.
- 荒木一視(2012a)「食の安全・安心そして良質食品」所収: 杉浦芳夫編『地域環境の地理学』朝倉書店, 80-89.
- 荒木一視(2012b)「学会展望・経済地理一般」人文地理54, 218-220.
- 荒山正彦(1995)「文化のオーセンティシティと国立公園の成立－観光現象を対象とした人文

地理学研究の課題－」地理学評論68, 792-810.

伊賀聖屋 (2004) 「日本における米酢加工業の原料米流通体系」地理学評論77, 997~1009.

伊賀聖屋 (2007) 「味噌供給ネットワークにおける原料農産物の質の構築」地理学評論80, 361~381.

坂本奈見子・荒木一視 (2012) 「壱岐焼酎と地域振興－食品の質との関係において－」エリア山口41, 31-44.

佐々木達 (2012) 「食を通じた風土の創出－山形県金山町の地域づくりの実践から－」所収：横山智・荒木一視・松本淳編『モンスーンアジアのフードと風土』明石書店, 240-247.

下平尾勲・伊東維年・柳井雅也 (2009) 『地産地消－豊で活力のある地域経済への道標－』日本評論社.

高柳長直 (2007) 「食品のローカル性と産地振興－虚構としての牛肉の地域ブランド－」経済地理学年報53-1.

中川秀一 (2010) 「B級グルメ創出活動を通じた地域資源活用の取り組み－岐阜県郡上市における奥美濃カレープロジェクトの事例－」明治大学教養論集452, 55-78.

バナジー A.V., デュフロ E.著, 山形浩生訳 (2012) 『貧乏人の経済学－もういちど貧困問題を根っこから考える－』みすず書房. (原著: Abhijit Banerjee and Esther Duflo (2011) *Poor Economics: A Radical Rethinking of the Way to Fight Global Poverty*. Public Affairs.)

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.

フリードマン著 渡辺雅男・紀田路子訳 (2006) 『フード・レジーム 食料の政治経済学』こぶし書房.

Banks, J. and Bristow, G. 1999. Developing quality in agro-food supply chains: a Welsh perspective. *International Planning Studies* 4: 317-331.

Ilbery, B. and Kneafsey, M. 2000. Producer constructions of quality in regional speciality food production: a case study from south west England. *Journal of Rural Studies* 16: 217-230.

Mansfield, B. 2003. Spatializing globalization: a “geography of quality” in the seafood industry. *Economic Geography* 79: 1-16.

Marsden, T. and Arce, A. 1995. Constructing quality: emerging food networks in the rural transition. *Environment and Planning A* 27: 1261-1279.

Marsden, T., Banks, J. and Bristow, G. 2000. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis* 40: 424-438.

Murdoch, J., Marsden, T. and Banks, J. 2000. Quality, nature, and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector. *Economic Geography* 76: 107-124.

Renting, H., Marsden, T. and Banks, J. 2003. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A* 35: 393-411.