



埼玉県加須市におけるうどんの食文化と育んだ地域性

Japanese noodle “udon” and regional uniqueness of Kazo City in Saitama Prefecture, Japan

天野 航平

Kohei AMANO

【要旨】

加須では古くから米と麦の二毛作がおこなわれ、年貢として米が納められたために、小麦を使ったうどん文化が形成された。その歴史は300年以上にもなり、現在でもその文化は継承されている。冠婚葬祭時にふるまわれ、各家庭においてもうどんが手作りで打たれる習慣があった。現在ではこのような習慣は減ったものの、うどん店は今なお多く存在し、加須でおこなわれる冠婚葬祭や地域の集まりなど、人が集まったときにはうどんが食される。加須のスーパーマーケットでは、手打ちのうどんが数多く売られている。また地域の伝統を継承していくため、小・中学生の総合的な学習の時間、社会科の時間を用いて、うどんの歴史や技法に関する授業が続けられている。

加須市内のうどん店がどのような営業をしているのか調べるため、6店舗に聞き取り調査を実施した。200年以上の歴史がある店、地域密着の常連客が中心の店、国道沿いに面し観光客や遠方客も訪れる店と、さまざまなタイプの店に聞き取り調査をおこなったが、どの店も不況のためか売り上げは低迷している。そんななか、市内のうどん店26店舗が参加している「加須手打ちうどん会」を中心に、うどんを使ったまちおこし活動に取り組んでいる。2010年11月21日に加須市はなさき水上公園で開催された、第7回埼玉B級ご当地グルメ王決定戦に新しい名物、「加須市みんなで考えた肉みそうどん」を出品し、みごと優勝を果たした。これにより肉みそうどん目当ての客も増えた。しかし加須のうどんは、全国展開している讃岐うどんとは異なり、手打ちにこだわった地域密着のまちおこしに取り組む姿が見て取れた。またB級グルメのほかにも、地元産の小麦粉あやひかりの使用の促進も図っている。うどんの食文化は加須に住む人々にとって身近なものであるが、今なお冠婚葬祭や地域の集まりで食されることもあり、地域の住民や親族、家族の人々の心を取り結ぶ、重要な食材となっている。

キーワード：手打ちうどん、フードツーリズム、B級グルメ

1. 研究の背景と目的

それぞれの地域には、地域の風土やそこに暮らす人々の地域への係わりなどから個性豊かな地域の特徴があり、同時に人々の暮らしや生産活動、さらに地域資源との関係から長い時間かけて地域の伝統文化が構築されていく(寺田 2010)。とくに全国各地に存在する伝統的な料理、材料となる食べ物は、その土地の気候や土地条件を反映しているし、作物それ自体が文化の産物でもある(石毛 1995)。香

川県の場合、瀬戸内海に面し、日照時間が長く、雨量がやや少ないという自然環境のため、昔から麦作りがさかんであった。讃岐うどんは、香川県の風土と強く結びついている。うどんには、塩やしょう油、だし、小麦が必要である。香川県の砂浜は長く遠浅であり、潮の干満の差が大きく、雨が比較的少ないため、塩作りに適していた。しょう油は温暖な気候、風土の小豆島をはじめとした県内のいたるところで作られていた。また瀬戸内海は、うどんだしの材料となるいりこの原料であるかた

くちいわしの宝庫であった。香川県は伝統的なうどんやだし作りの食材のすべてが生産できる環境にあったため、讃岐ではうどん文化が発展した(真部 2007)。

日本でよく食べられる麺類として、うどんとともにそばがある。農業の難しい、山村地域の代表的な食文化として「そば文化」が挙げられる。ソバは、稲作が不可能であった寒冷地や痩せた土地でも栽培が可能であったため、山間部や新規開拓地で古くから栽培されており、さらに減反政策による水田への転換作物としても、ソバがひろく導入されている(中村 2009)。

地域に根づいた伝統食は、時として重要な観光資源になる。山村地域の長野市戸隠(旧上水内郡戸隠村)では、戸隠バードラインの開通を契機に古くから食べられていたそば、「戸隠そば」を売り出し、現在では日本三大そばとなっている(中村 2009)。北海道伊達市においても、地域でとれる野菜や米といった農産物、近隣の海で生産される水産物、地元の牧場から産出される畜産物などを使って食を通じたまちおこしに取り組み、地域ブランドの構築に努めている(村岡・中島 2007)。

埼玉の農村地帯である加須でのうどんは伝統食であり、こいのぼりと並んで主要な地場産業である。近年、地域の経済を支える地場産業の多くが低迷している状況下で、地域の名前を冠した特産品—地域ブランド—への関心が高まっており、地域のイメージを向上させ、地域を活性化させる牽引役としての期待が寄せられている(吉田 2007)。地域イメージの向上のために使われる各地域の特産品には、食品や工芸品など、その土地の人々の生産活動や地域資源と関係深いものが挙げられる。食品の特産品は、以前では広島のカキ、浜松のウナギなどの素材が注目されていたが、最近では、全国どこにでもあるようなメニューでも、地域独特の味付けや素材の組み合わせが脚光を浴びて、「B級ご当地グルメ」と呼ばれるようになっている(関 2008; 中根 2009)。

B級ご当地グルメを、①地域性を持った料理をブランド化している、②地域内の飲食店の提供が中心である、③特定の一飲食店だけ

でなく、複数の飲食店が取り組んでいる、④複数の飲食店を取りまとめる団体がある、⑤地域の活性化の手段としての取り組みであるという、これら5つの条件を踏まえたものであると中嶋・木亦(2009)は定義している。全国に存在するB級ご当地グルメを集めて、ナンバー・ワンを決定させるB-1グランプリの第5回大会が2010年9月18日と19日に厚木で開催された。この大会はテレビ104番組、ラジオ41番組、新聞記事64件、雑誌記事70件で取り上げられ、大会開催の2日間で入場者数は43万5千人、経済効果は約36億円にものぼった。この大会を通して、ご当地グルメの知名度が上がることによる経済効果は約78億円にもなると算出された。

全国的な知名度を獲得したご当地グルメについては研究が行われている。原(2007)は香川におけるフードツーリズムとしてのうどん屋めぐりを調査し、香川県の讃岐うどん店2店舗において来客者に対してアンケート調査を実施し、フードツーリズムが成り立つことを示し、讃岐うどんブームが主に県外客によるものと結論づけている。まだ全国的な知名度を獲得していないご当地グルメに関しては、関(2008)が北は北海道、南は沖縄まで全国のご当地ラーメンを取り上げ、各地で行われているそれぞれのまちおこし活動をまとめている。だがこれまで、加須のうどんを含め、多くの地域に根ざした食文化に対して焦点が当てられてこなかったのが現状である。

加須では利根川の豊富な水と、平坦な土地、肥沃な大地を使って米と麦の二毛作が行われてきた。現在まで300年以上、加須でうどんが作られ続けており、地域の土地条件を反映しているといえる。しかし近年の食品産業の発達により、従来のように家庭で素材から手を加えて調理する機会が減少し、それぞれの地域の特色ある食材を用いて調理する郷土料理が、食卓から姿を消しつつある(堀・河野 2007)。

東京都心から概ね50km圏内に位置し、都市化の進んでいる加須市でも核家族化が進み、コンビニエンスストアやスーパーマーケットなどでの惣菜の購入やファミリーレストラン、

ファーストフードなどの外食により、家庭でうどんを打つ機会は少なくなっている。それでも市内には、40 店舗以上のうどん店が存在し、加須のうどん文化は今も根づいているといえる。

本論文では、人びとの生活様式が大きく変容した現在、加須のうどんとともに育まれてきた地域の食文化が、どのように残っているのか、また以前のうどんの食文化がどのようなものだったかを調査すると同時に、現在残されている食文化の伝統を残すためにおこなわれている活動についても報告する。さらに、加須のうどん店 6 店舗に聞き取り調査を実施し、加須うどんの現状を把握し、他の地域のうどんには見られない特徴や魅力を明らかにしたうえで、近年のうどんを使ったまちおこしを目的とした PR 活動の取り組み状況を紹介する。そして、2010 年 11 月 21 日に加須市はなさき水上公園で行われた、B-1 グランプリの埼玉版の大会である、第 7 回埼玉 B 級ご当地グルメ王決定戦の加須うどんに与える影響を、子亀うどん店の来客者 68 組へのアンケート調査をもとに検討していく。

2. 調査地概要

加須市は 2010 年 3 月に隣接する騎西町、大利根町、北川辺町と合併し、新しい加須市となり、面積 133.7km²、人口 117,376 人となった(2010 年 10 月 1 日現在)。65 歳以上が 23,936 人であり、全国平均高齢化率の 23.1%より低い値となっている。都心から概ね 50km 圏内にあり、埼玉県の一部に位置し、群馬県、茨城県に接している。主要な幹線道路は、東北自動車道と国道 122 号が南北方向に、国道 125 号と国道 354 号が東西方向に通っていて、東側に国道 4 号に近接している。東北自動車道加須インターチェンジは、土・日曜と祝日には 1,000 円均一区間の南端となっている(2011 年 1 月 19 日現在)。鉄道は旧加須市を東武伊勢崎線が、旧北川辺町を東武日光線が走っている。こいのぼりとうどんの産地であり、毎年 5 月 3 日には平和記念祭で世界一大きいジャンボこいのぼりが上げられる。

本論文では、うどん文化が深く根づいてい



図 1 加須市の位置

る、旧加須市を調査範囲とする(図 1)。

旧加須市は埼玉県の北東部に位置し、騎西台地群と利根川の間にはさまれており、大部分が極めて平坦な沖積低地に形成される。海拔高度は低いところで 10m、高いところでも 20m あまりに過ぎない。構造盆地の中心付近に位置する市域周辺は、過去における土地の沈降がもっとも著しかったために、利根川などの諸河川の堆積作用が頻繁に繰り返された結果、関東平野の中でも比較的広大な沖積平野が形成された。気候は関東平野のほぼ中央に位置し、いわゆる太平洋側気候に属している。年平均気温は 14℃をやや上回り、県内でも最も高い気温域にあるため、夏季には夏の出現が最も多い。そのうえ冬季には低温を示し、日較差、年較差が県内でも非常に大きい。年平均降水量は 1200mm 前後で、県内では最も少ない。冬には「赤城おろし」といわれるシベリア高気圧から吹き出す北西の季節風が、上越や赤城の山を越え乾燥し、低温となり吹き下ろす。

3. 研究方法

本研究では、聞き取り調査を中心に実施した。加須市内に店舗を構える子亀うどん店、前乃屋、つかさ、久下屋脩兵衛、つるや、岡村屋の各うどん店の店主と手打ちうどん会の指導者である加須商工会議所職員、加須市役所の農林振興課、教育委員会、商業観光課に対して聞き取り調査を実施した。また市民課、政策調整課から資料を提供してもらった。

2010 年 11 月 21 日に開催された第 7 回ご当地 B 級グルメ王決定戦で加須の肉みそうどんが優勝し、大会後のうどん店の来店客層を検証するため、子亀うどん店において 2010 年 12 月 13 日の昼間の営業時間 11 時から 15 時にかけて、来店客 68 組 194 人に、各テーブルで料理の提供を待つ間にアンケートを実施した。アンケート項目は①年齢層、②誰と来たか、③どこから来たか、④加須のうどん店に訪れるのは何回目か、⑤加須のうどんの歴史が 300 年以上あることを知っているか、⑥加

須で行われた埼玉 B 級ご当地グルメ決定戦を知っているか、⑦うどん屋情報の入手先、⑧加須のうどん魅力の 8 項目を、質問用紙に記入してもらった形式でアンケートを実施した。

4. 加須の人々とうどんの文化

4-1. 加須のうどんの歴史

加須市周辺では利根川を水源とする農業用の水源が整備されてから、2 毛作が可能となり、米の裏作として多くの麦が生産された。だが麦のほとんどは大麦であり、それらは味噌や醤油の材料にされた。小麦の収穫期は田植えの時期にずれ込み、しかも収量が低いうえに製粉作業には手間がかかるため、作付けは敬遠される傾向にあった。しかし、米は年貢として供出させられ、麦飯を中心とする食生活において、ソルソルシコシコのうどんは農民たちの大変なごちそうであり、根強い人気を得て、うどんの食文化が醸成されていくことになった。したがって、加須では冠婚葬祭をはじめ、なにかあるときには必ず各家庭でうどんを作る習慣ができた。人びとがうどんを食する習慣が根づいた結果、必然的に地域全体のうどん打ちの技術は向上した。また、関東三大不動のひとつである不動岡不動尊總願寺には、うどん粉を贈られた館林城主からの礼状が残されている。この礼状から加須うどんの歴史は、300 年以上にまでさかのぼることができる。

加須にうどん店ができたのはおよそ 200 年前、不動尊門前にて岡村屋が手打ちうどん店を営業していたという記録がある。不動岡は不動岡不動尊の門前町として栄え、また加須地区には農村で作られる織物である青縞の集積地として、5 日と 10 日には市が立ち、全国から業者が集まり、盛況を極めたといわれている。こういった市を目当てにした不動岡不動尊への参拝客をターゲットとして、当時豊富に生産された地粉を使っの手打ちうどん店が誕生したものと考えられている。

4-2. 家庭でのうどん

米の裏作として小麦が収穫されるため、年貢として米が生産されていた江戸時代から、各家庭ではうどんを打ち、主食として食べていた。うどん店が少なく、各家庭でうどんを打っていた時代には、農家に嫁ぐ女性はうどん打ちができて当たり前だったという話が今でも残っている。現在では、東京都心部から50km 圏内に位置していることで住宅地開発が進められ、この習慣は消えつつある。住宅地開発が進んでいない加須市北部の大越地区、西部の志多見地区などに代々住みつづけている農家では、今でもうどんを打つ家もある。各家庭では、つゆをうどんにそのままかけるぶっかけうどん、なすとねぎを炒め、つゆと合わせたなす南蛮うどん、同様にネギと油揚げを炒めたネギ南蛮、さらに夏はみそ、ごま、きゅうりを混ぜて氷と水で薄めた冷汁うどんなどが食べられる。

日常的に食べられているうどんだが、特別な時にはうどんがふるまわれる。昭和初期、家のことは普段女がすべてやるのが当然であったが、春、秋の彼岸と正月の三が日だけは女たちは何もせず、男たちが朝早く起きて、家族全員分のうどんを作っていた。また、法事や七五三など冠婚葬祭の後の集まりを家でおこなう場合、うどんを打ち、来客者にふるまった。

4-3. 店でのうどん

うどんを食べる習慣があった加須で、不動岡不動尊や大越渡船場への客にうどんを振る舞ったのが加須のうどん店のはじまりである。そして、30 年から 40 年ほど前からうどん店が増え始めた。うどんはこの地域の伝統食であり、各店舗で出されるうどんと、家庭で作られるうどんとの間に大きな違いはない。

加須のうどんは、まず小麦粉と水、塩を混ぜてこね、生地を作る。この際、季節によって塩や水加減を変える。店ごとに小麦粉の配合も異なっている。練りあがった生地は足踏みや寝かせをおこない、これがコシを生み出し、のど越しの良さを生む。この作業も店により異なる。寝かせた生地は、包丁をつかって一本一本切られる。機械打ちでないため各

うどんの太さにばらつきがあり、多少ちぢれるのも手打ちならではの良さといえる。

うどん店で開かれる宴会では、最後にうどんが振る舞われる。うどんが振る舞われることが、宴会のお開きを意味している。一般的な「メのラーメン」ならぬ、加須では「メのうどん」となる。うどん店によっては、地域の集会へのうどんの出前を行っているところもある。加須周辺の習慣である山返し(または山祝い)で宴会を開く際にも、うどんが振る舞われる。山返しとは、どこかへ出かけたときに、無事帰ってきたことを祝い、旅の最後に宴会をするというものである。加須から出発する旅行の最後にうどん店に寄り酒を飲み、最後にもりうどんを食べて、旅行は解散となる。

手打ちうどんが深く地域に根づいているため、加須にあるスーパーマーケット、イトーヨーカドー加須店においても家庭用の手打ちうどんが販売されている(写真 1)。種類は 1 種類だが、全国チェーンのスーパーマーケットで手打ちのうどんが販売されているのは、地域色が出ている証拠である。また、加須でうどんと一緒に出る「天ぷら」は野菜を使った天ぷらである。エビやキスといった魚介類は入っていなかった。これは、加須が海から遠いという地理的な条件のためだと考えられる。輸送技術の発達した現在では、魚介類の天ぷらもふるまわれている。



写真 1 イトーヨーカドー加須店で売られている手打ちうどん(2010 年 12 月 6 日筆者撮影)

4.4. うどん文化の伝統を残す活動

現在、加須市では小・中学校の総合的な時間、社会科の時間を利用してうどん文化の継承を目的とした授業が実践されている。総合的な学習では、「地域の学習」の単位ではうどんが取り上げられる。加須市内の多くの小学校で、加須手打ちうどん会所属のうどん店から、店主や店員などのうどんを打てる人を講師として招き、実際に児童たちがうどん打ちを体験する。なかには小麦を学校で育て、収穫した小麦を製粉し、うどん打ちの授業で使う学校もある。小学校3、4年生の社会科では、「産業をさかんにした人々」という単元でうどんが取り上げられる。加須市教育委員会は副読本を作成し、その中で地元に基づく産業として、積極的にうどんを紹介している。

5. 加須市内のうどん店の現状

加須市内のうどん店6店を対象に、聞き取り調査を実施した(図2)。各店の営業状態や歴史、メニュー、売り上げなどについて聞き取った。

5-1. 子亀うどん店(写真2)

創業は今から約60年前であり、現在の店主が2代目である。加須市のほぼ中央を走る国道125号線沿いに店を構えている。座席数は50席あり、店主と男性社員1名、それに主婦のパート3名、高校生や大学生のアルバイト4名がシフト制で働き、店を営業している。土・日曜日の昼時には満席となり、入店待ちの客が外まであふれている。店内には天皇陛

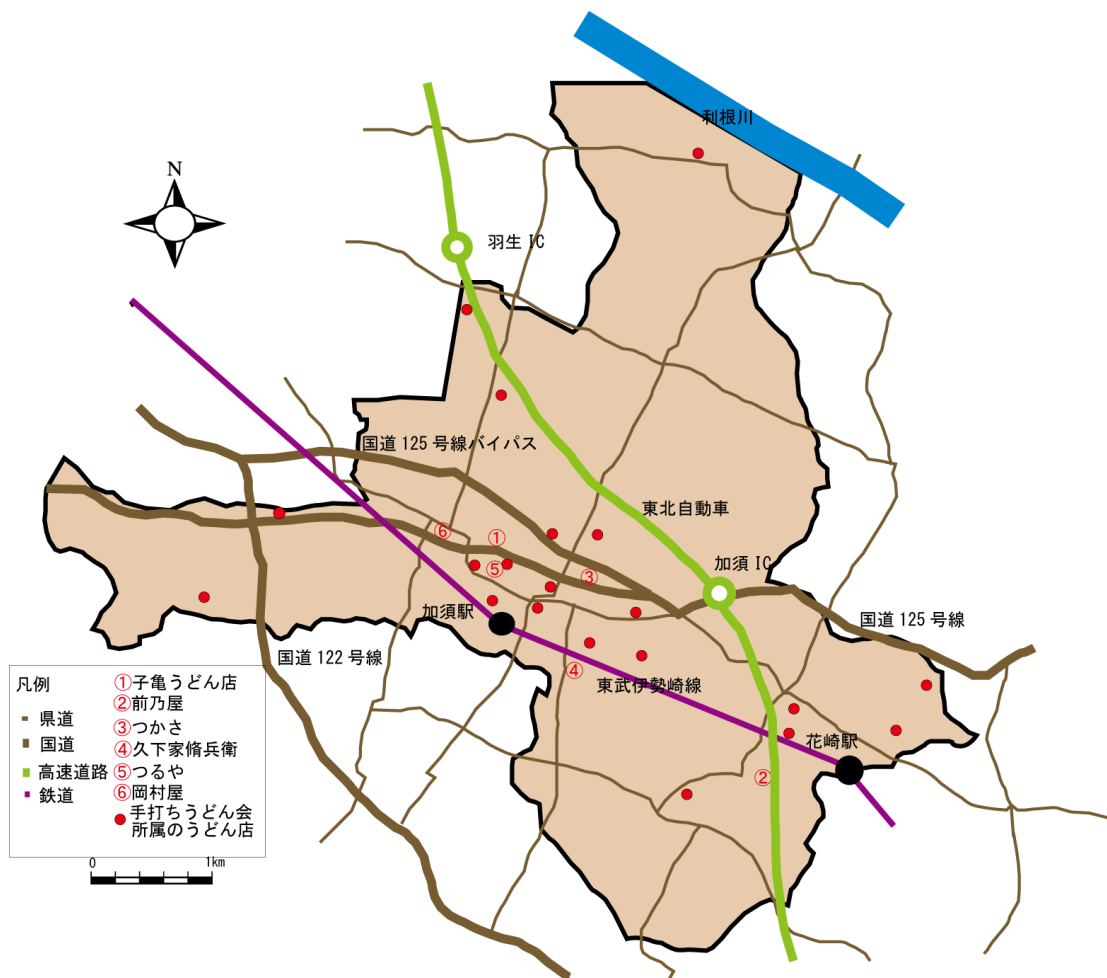


図2 加須市内の主要なうどん店と聞き取り調査を実施したうどん店

下が食べに来られた時のお礼状、テレビ東京「テレビチャンピオン」に出場したときの写真などが飾られている。

うどんは手打ちにこだわり、機械打ちではできない季節変化に合わせたうどん作りをしている。たとえば湿度の高い梅雨の時期には、水分を少なくするというように、うどんをこねながら、長年の経験を頼りに生地づくりをしている。夏季には一日に150~200食を売り上げるが、冬季はその半分ほどだという。温かいメニューには鴨南蛮、肉南蛮、鳥南蛮、カレー、けんちん、野菜天、えび天、たぬき、親子、玉子とじ、月見、力、かけのうどんとそばが、冷たいメニューには冷汁、鴨せいろ、肉せいろ、鳥せいろ、もり野菜天、もりえび天、天ざる、冷やしたぬき、もりたぬき、ざる、もりのうどんとそばがある。さらにそのほかに期間限定のメニューとして鍋焼きうどん、チゲ鍋うどん、ほうとうがあり、子亀うどん店の店主はB級グルメによるまちおこしに積極的に取り組んでいるため、「加須市みんなで考えた肉みそうどん」も、大会前から販売している。そのなかで、夏季には、とくに冷汁うどんやもりうどんなどの冷たいうどんが売れ筋となる。冷汁うどんというのは、加須の周辺でもともと食べられていた伝統料理で、各家庭で食べられていた。それを子亀の先代の店主が初めて商品化し、子亀うどん店が冷汁うどん発祥の店となった。2009年には、冷汁うどんを商標登録している。夏限定メニューとして子亀うどん店だけでなく、加須の



写真2 子亀うどん店の外観(2010年12月10日筆者撮影)

あらゆるうどん店で冷汁うどんを食べることができる。冬季には鍋焼きうどんといった暖かいうどんがよく売れるという。

子亀うどん店を訪れる客は、平日には営業途中の会社員など男性一人の常連客が中心のようだ。一方、休日には年配者を含めた家族連れが多いという。国道に面していて、手打ちうどん会の旗を出しているため、その旗を見て入ってくる客も多いという。

5-2. 前乃家(写真3)

創業は1991年で、女性の店主が経営している。東北自動車道の横を並行して走る道沿いに店を構える。座席数は24席あり、宴会用の2階には30席ある。従業員は店主とパート2名の計3名であり、茹でたてのうどんと揚げたてのてんぷらの提供を心掛けて営業している。近所の方が野菜を届けに来ていて、知り合いが自由に出入りできるアットホームな雰囲気を感じた。こじんまりとしたお店で、店内には人なつこい猫がいる。

メニューはもり、ざる、かけ、野菜天もり、えび天もり、野菜天ざる、海老天ざる、山菜、たぬき、きつね、玉子とじ、玉子あんかけ、力、カレー南蛮、けんちん、おろし、天婦羅、牛すき、とり、キムチ、紅花のうどんとそばのほか、期間限定の釜揚げうどん、味噌煮込みうどん、鍋焼きうどん、冷汁うどんがある。第7回埼玉B級ご当地グルメ王決定戦が行われる前から、「加須市みんなで考えた肉みそうどん」を販売していた。うどんのほか、井



写真3 前乃家の外観(2010年11月9日筆者撮影)

ものや定食も販売している。売り上げのほとんどは昼時であり、常連の働いている男性客が一人で来る場合がほとんどであるという。

5-3. つかさ(写真4)

創業は約30年前で、現在の店主が30歳の時に脱サラし、開業した。店主は元々サラリーマンとして働いていたが、故郷の加須に帰りたいという思いからうどん店を開いた。店は国道125号線沿いにある。席は86席あり、駐車場も普通車40台、大型車も駐車できるスペースがある。店主と8人のパートの主婦を中心とした従業員がシフト制で働き、営業している。店内は86席あるのでかなり広く、外で待つ人のためのイスも用意されている。食事時でないときも、近所の住人がグループで飲みに来ていた。

うどんは手打ちにこだわり、いつも同じ味が出せるように、季節ごとに材料の分量を微調整して作っている。メニューはもり、かけ、ざる、野菜天ざる、海老天ざる、きつね、たぬき、月見、山菜、カレーのうどんとそば、肉うどん、かき玉うどん、カうどん、ジャンボ海老天そばがある。さらにお子様うどん・そば、天重セット、つかさセットといったセットメニューも取りそろえている。売り上げの8割は昼時であり、常連客が多いという。だが平日の昼間にも他県のナンバーの車が多く駐車されており、店主はゴルフの帰りがけに寄ってくれているのではないかと話していた。



写真4 つかさの外観(2010年12月10日筆者撮影)

5-4. 久下屋脩兵衛(写真5)

創業は27年前、現在の店主が53歳の時に脱サラし、開業した。国道125号線から菖蒲方面に向かった県道149号沿いの、東武伊勢崎線の踏切そばに店を構えている。ホールが3人、キッチンが3人、うどん打ちが1人、流動的に動き店内の仕事を補助する1人の全従業員16人でシフトを組み、仕事を切り盛りしている。座席は58席あり、乗用車25台分の駐車スペースがある。メニューは12ページもあり、一つ一つの料理にコメントが加えられ、うどんへのこだわりや、加須のうどんの歴史なども書かれている。店内には、店主自らが書いたうどんの由来も張り出されている(写真6)¹⁾。平日で200~300食、休日には300~500食のうどんを売り上げるという。冷たいメニューはもりせいろ、ざるせいろ、お子様せいろ、天ざるせいろ、ごま汁、天つきごま汁、なんばん汁、鴨汁のうどんとそば、笹切りせいろうどん、笹切り天せいろうどん、温かいメニューはかけ、けんちん、鴨煮かけ、舞茸天ぷら、野の幸天ぷら、天ぷら、上天ぷら、きのこのうどんとそば、カレーうどん、親子味噌煮込みうどん、窯出ししょうゆうどんがある。夏季の期間限定メニューとしてとろろ納豆うどん・そば、夏生野菜うどん・そば、笹切りうどん冷汁風ごま汁うどん、冬季の期間限定メニューとしてかき玉うどん、カうどん・そば、鍋焼きうどん、味噌鍋焼きうどん、けんちん雑煮うどん・そばがある。さ



写真5 久下屋脩兵衛の外観(2010年12月10日筆者撮影)

らにお土産用の生うどん、そばを販売している。そのなかで夏季には天ざるうどん、冬季にはけんちんみそうどんが売れ筋だという。

加須のうどんが新聞やテレビなどのマスコミに盛んに取り上げられていた 1990 年代前半に比べると、景気の影響も重なり、売り上げは減っているそうだ。すべてのメニューを注文が入ってから作る。そのためうどんに関しては、提供するまでに 15 分弱時間がかかるという。それでも注文を受けてから調理することにこだわるのは、やはりできたてと作り置き味の違いが明らかだからだそうだ。うどんの原料である小麦粉はあやひかり、農林 61 号を中心に 100% 加須産のものを使っている。一方そばは加須産のものではまかないきれないため、ほかの産地のそば粉も使っている。久下家脩兵衛を訪れる客のうち、常連客がほぼ半分を占める。そのほかはうどんマップを見て来る初めての客も多く、とくに土・日曜日には家族連れが多い。

5-5. つるや(写真 7)

創業は 1967 年で、現在の店主が先代の後を継ぎ、2 代目である。従業員は全部で 5 人、常に 3~4 人が店にいて営業をしている。駅近くの元々商店街として栄えていたところにあり、店自体は大きくない。うどんを打つ店主の姿が店内からも見えるようになっている。毎回同じ味を出せるように心がけ、手を抜かないで毎日うどんを作ることを心がけている。メニューはもり、たぬき、きつね、力、海老



写真 6 久下家脩兵衛の店内に張られているうどんの由来(2010年11月17日筆者撮影)

天、カレー、肉、けんちん、ざる、天ざるのうどんとそば、鍋焼きうどんがある。期間限定で、夏季にはカレーうどんのアレンジであるカレーつけ麺、冬季にはうどんより幅の広いひもかわを使った、カレーひもかわといったメニューも出る。売り上げのほとんどは昼であり、年間を通してカレーうどんが人気である。

つるやは出前をおこなっており、出前が売り上げの 6 割を占めている。店から約 2km 圏内に出前をしており、個人宅のほか企業や役所、警察などへ出前するという。ただ、最近では出前を取ってくれるお得意さんが高齢になり、今後の出前による売り上げに影響を与えるのではないかと言っていた。地域密着の経営をし、新規客よりも固定客を大切にするという経営方針のため、B 級ご当地グルメ決定戦には関与することもなく、肉みそうどんも扱っていない。

5-6. 岡村屋(写真 8)

創業は 1804 年であり、加須のうどん店のなかで最初に開業した店である。昭和の初めまでは、不動岡不動尊への参拝客を相手にした民宿業もやっていた。岡村屋のうどんの製法は独特で、一晚寝かせた生地を切った麺をその日の気温や湿度に合わせて、数十分から 1 時間ほど陰干しする。こうすることで余分な水分が抜け、コシが強くのどごしのよい麺になる。現在では、男手がなく、ご主人のいたときに比べると作れる量はかなり少なくなっ



写真 7 つるやの外観(2010年11月17日筆者撮影)

たという。それでも岡村屋の伝統の味を目当てに多くの常連さんがやって来る。

以前、「どっちの料理ショー」というテレビ番組で取り上げられ、その時には県外からの来客で行列ができ、午後3時にはその日の分のうどんが売り切れたという。だが、現在では不況の影響もあり、売り上げは落ちているようだ。平日には常連さん、土・日曜日には一見さんが多く訪れるという。

6. うどんによるまちおこし

加須の名産品としてこいのぼりとうどんがある。この2つの名産品を使ったまちおこしが試みられている。こいのぼりを使ったまちおこしとして、ジャンボこいのぼりが挙げられる。ジャンボこいのぼりは、1987年に加須青年会議所により1代目が作成された。1997年に2代目、2004年に3代目が作られた。毎年5月3日に、利根川の河川敷で行われる市民平和祭でジャンボこいのぼりが揚げられ、2010年は約10万人もの観光客が訪れた。一方うどんを使ったまちおこしは、1990年に手打ちうどん会が発足してから活発に行われている。その活動を紹介する。

6-1. 加須手打ちうどん会

現在、合併以前の旧加須市の範囲でうどんを提供している店舗は41店舗である。加須に



写真8 岡村屋の外観(2010年12月10日筆者撮影)

はうどんの歴史が300年以上ある。これを利用して町おこしができないかと加須商工会が考え、1990年7月に喜多方ラーメンの人気をヒントに「加須手打ちうどん会」を発足させた。会の結成時には、加入店は27店舗であったが、年々数は前後し、2010年現在は26店舗が加盟している。手打ちうどん会の結成時にはテレビなどのメディアに頻繁に取り上げられ、東京駅や関東圏の各都市のデパートで開かれる地域物産展に加須手打ちうどんと銘打って出店し、実演販売を行っていた。手打ちうどん会では、統一旗の作成やうどん店マップの作成、スタンプラリーの実施などを手がけている。

手打ちうどん会に所属する店舗の店主に、手打ちうどん会に所属する意義を伺うと、スタンプラリーやうどんマップを見てくる客がいるということが挙げられた。そのスタンプラリーが開始されて20年が経過し、2010年7月22日現在で達成者は、1242人に上る。その達成者の割合を見てみると、ほとんどが埼玉県民によるものであった(図3)。スタンプラリーを達成するには、加盟している全店舗で食事をする必要があるため、加須に通うことのできる範囲に住む人が達成する割合が高いようである。県外者も、茨城県や栃木県などの近県の人が多い。しかし、なかには、神奈川や千葉、大阪など遠方の達成者も見られた。

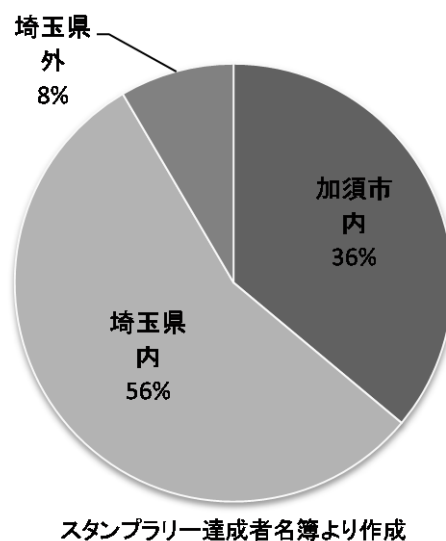


図3 スタンプラリー達成者の割合(N=1,242)

6-2. 第7回埼玉B級ご当地グルメ王決定戦

2010年11月21日に加須市はなさき水上公園で、第7回埼玉B級ご当地グルメ王決定戦が開催された。この大会は埼玉県内にある歴史や文化に根ざした多彩な「ご当地グルメ」を、多くの人に知ってもらうためのPR事業として開催されている。年に2回、ゴールデンウィーク頃にさいたま市で、もう1回は埼玉県民の日11月14日前後に埼玉県内で開かれる。昨年の開催地選考会に加須市が立候補し、選ばれたために2010年秋の大会場所は加須市であった。

この大会の特徴としては過去最大の33グルメが出店し、その中の7店は近隣栃木県、群馬県からの参戦になっている。また、加須での大会ではグルメの提供に、原則エコカップを使用する。エコカップとは表面のフィルムだけを破棄し、容器はリサイクルできるというものである。

この大会に、加須市は「加須市みんなで考えた肉みそうどん」で、出店した(写真9)。第1回大会と第5回大会に加須は手打ちうどんとして出店し、第1回大会では5位入賞を果たしている。しかし、手打ちうどんでは市内の各店の統一性があまり見られないこと、B級グルメとしてのインパクトの弱さなどの問題点が挙げられた。そこで今回、新たなB級グルメを考案しての出店となった。このB級グルメは、加須手打ちうどん会20周年記念でおこなわれた「手打ちうどんを使ったオリジ



写真9 第7回埼玉B級ご当地グルメ王決定戦の様子(2010年11月21日筆者撮影)

ナル料理コンテスト」で、市民からレシピの案を公募し、選考の末に選ばれたものである。市民から206件のレシピが集まり、そのなかから書類選考を通過した6件のメニューを、考案者に実際に作ってもらった。実際に作ったメニューを、加須手打ちうどん会所属のうどん店の店主、加須商工会議所の職員のほかに主婦、大学生など幅広い年代、職業の人が参加し、B級グルメとしてふさわしいかを基準に選考を重ね、この肉みそうどんが選ばれた。第7回埼玉B級ご当地グルメ王決定戦が開催される前から、加須市内の手打ちうどん会所属の9店舗で肉みそうどんが販売された。大会後には肉みそうどんの販売店がさらに増え、13店舗で販売されている。うどんの上に肉みそと卵を乗せるということ以外は各店の自由となっており、各店がオリジナリティーを出していた。

第7回埼玉B級ご当地グルメ王決定戦で「加須市みんなで考えた肉みそうどん」は、みごと優勝した。来場者数も予想を上回る約7万人と、さいたま市外で開催される秋の大会では、今までで一番多い来場者数となった。

6-3. 小麦粉あやひかり

小麦粉あやひかりは加須で生産されている小麦粉で、農業・商業連携による小麦の地産地消推進事業の一環として農林61号とともに、加須の農業振興課が地産地消の推進を図っている。平成21年度には、手打ちうどん会所属の全26店舗中9店舗が使用している。市内で生産されたあやひかりは、図4のような経路で手打ちうどん会に届く。

加須市馬内地区の馬内大型農機集団によって生産されたあやひかりは、カントリーエレベーターで乾燥調整、検査された後、全農によって玄麦の状態で買い付けられる(図4の①: 以下同様)。全農によって買い付けられたあやひかりは競りにかけられ、加須市と契約し製粉を委託している前田食品株式会社(以下前田食品)が落札する(②)。前田食品は、玄麦のあやひかりを小麦粉に製粉する。手打ちうどん会はこの小麦粉を使うのだが、注文・代金の支払いは、加須市農政課を仲介してお

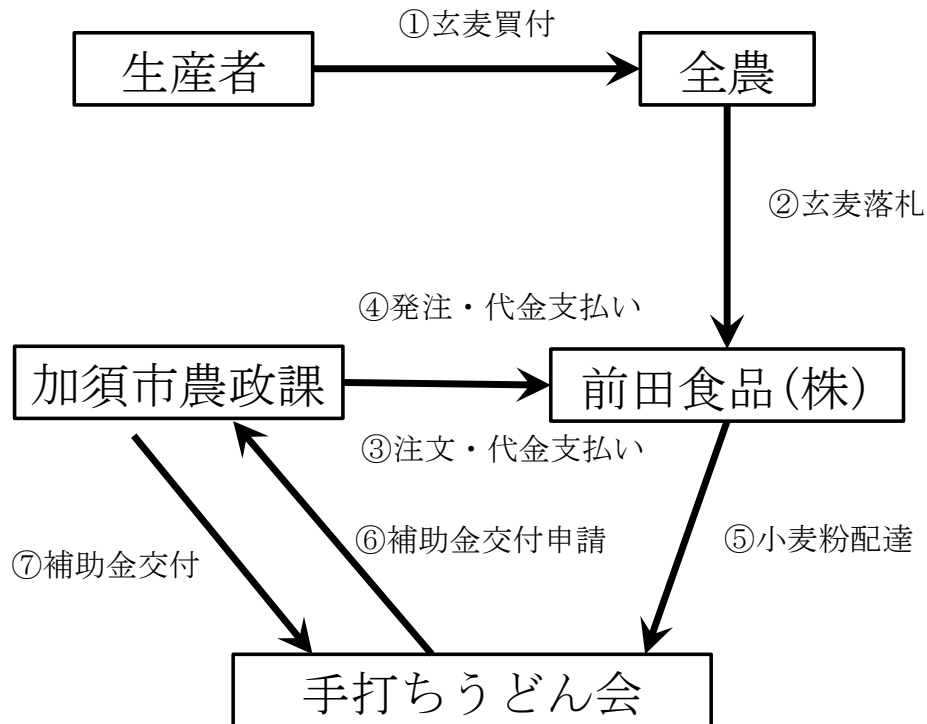


図4 あやひかりの流通経路（加須市農林振興課の資料より作成）

こわれる(③、④)。加須市農政課が、前田食品に発注と代金の支払いをし、手打ちうどん

会へ前田食品から小麦粉が配送される(⑤)。そして、加須手打ちうどん会から各うどん店へあやひかりは販売される。地産地消の推進を図るため、あやひかりを使う各店は、あやひかりの使用後に補助金交付を申請すると、使用1kgあたり40円の補助金を受け取れる(⑥、⑦)。手打ちうどん会所属のうどん店以外にも、補助金交付を申請すれば加須市内にあるあやひかりを使用している和・洋菓子店も同様の補助がうけられる。あやひかりを100%使った乾麺も販売されている(写真10)。



写真10 あやひかり 100%で作られるこいのぼりうどん (2010年10月20日筆者撮影)

7. うどん店の来店客層

うどん店来店客の年齢層を検討すると、50代以上がきわめて多く、半数以上を占めている(図5-1)。それ以下の年代は、20代未満は家族連れの小さい子どもを含むため例外であるが、それ以外は年代が下がるごとに占める割合が低くなる傾向が見られる。誰と来たかという質問に対しては、家族で来る場合が半数

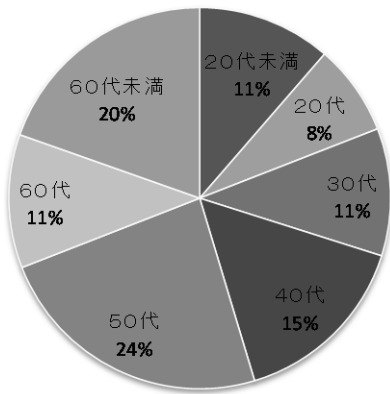


図 5-1 子亀うどん店を訪れる年齢層 (N=194)

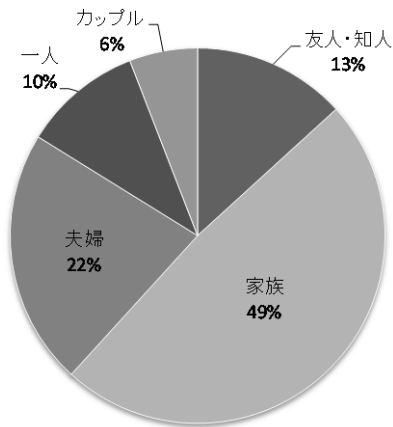


図 5-2 子亀うどん店に誰と訪れたか(N=68)

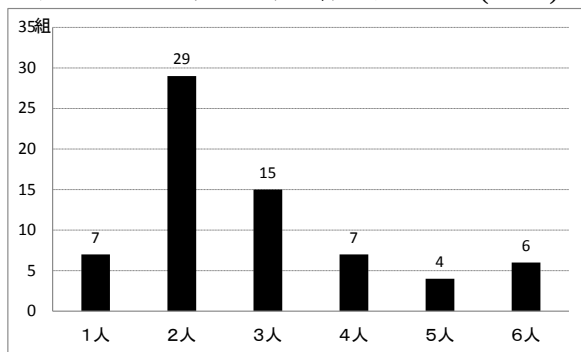


図 5-3 子亀うどん店を訪れた各組の人数 (N=68)

近くを占めた(図 5-2)。とくに 60 代以上を含めた、家族 3 代で来ている家族が多く見うけられた。店主の話にもあったが、高齢者連れの家族みんなが食べられるということで、うどん店を訪れることが多いようだ。ひと組あたりの人数を見てみると、2 人で来店が一番

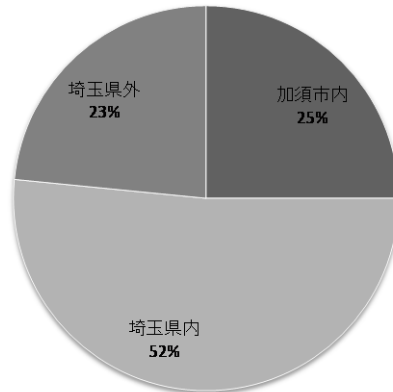


図 5-4 どこから来た客か(N=68)

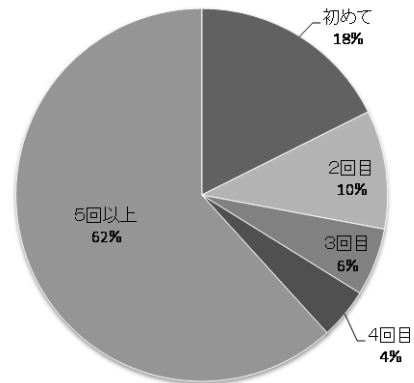


図 5-5 加須のうどん店を訪れた回数(N=68)

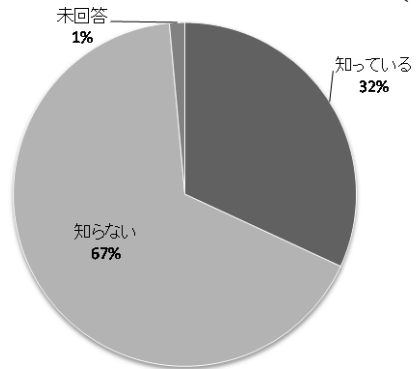


図 5-6 加須のうどんの歴史を知っているか (N=68)

多いが、6 人といった大人数での来店も見られる(図 5-3)。親戚が加須に遊びに来ていてうどんを食べに来たなど、加須に来た来客をうどん店に連れてきている場合も見られた。

来客者の約半数が、埼玉県内から来た人であった(図 5-4)。埼玉県内から来ている人のなかでも、ほぼ半数は加須市内、羽生市、久喜

市などの近隣の市からだった。埼玉県外や埼玉県内でも1時間以上かかる場所から来る人の半数程度は、加須近辺での用事のついでに立ち寄っているが、残りの半数は加須のうどんを目当てに加須まで来ていた。B級グルメを集めたガイド本を片手に来ている客も見られた。20年前から実施しているスタンプラリー達成者の割合と比べてみると、埼玉県内から来た人の割合はほとんど変わらないが、県外から来る人が多くなってきている。加須のうどん店への来店回数を尋ねてみると、土曜日・日曜日など休みの日は一見さんが多いという店主の言葉とは反対に、半数以上が加須のうどん店に5回以上訪れていた(図5-5)。リピーターの割合が非常に高いのは、おいしさ、価格の安さなど加須のうどんの魅力があるためだろう。また初めて加須のうどん店を訪れたという人の多くは、埼玉B級ご当地グルメ王決定戦で優勝した肉みそうどんを目当てにして訪れていた。その一方、肉みそうどん目当てで訪れる客が多いからか、加須のうどんの歴史を知っている人はおよそ3分の1程度であった(図5-6)。年齢層が高くなるにつれて、知っている人の割合は高くなっている。加須で行われた埼玉B級ご当地グルメ決定戦を知っているかという質問に対しては、多くの人が大会自体は知っていたが、実際に大会へ行った人はごく少数だった(図5-7)。また、実際に大会に訪れた5人はみな、加須のうどんの

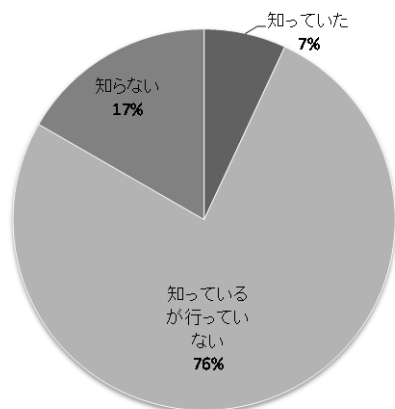


図5-7 加須で行われた埼玉ご当地B級グルメ王決定戦を知っているか (N=68)

歴史については知らなかった。逆に加須のうどんの歴史を知っていて、埼玉ご当地B級グルメ王決定戦を訪れている人はいなかった。

うどん店を選ぶ基準として、友人・知人からの情報を頼りに店を選ぶ人が多かった(図5-8)。テレビや情報誌と並んで、口コミやユーザーからの評価などがみられるインターネットサイトを利用する場合も多くなっているようだ。加須近隣に住む人は、その他で地元に住んでいるため元々知っているという回答が目立った。加須のうどんの魅力は、加須近隣に住む人、遠方からの来客者とも大きな差がなく、おいしさを選ぶ人が群を抜いて多かった(図5-9)。とくに50代以上の女性がおいしさを魅力として挙げる場合が多かった。ついでうどん屋の店舗数、価格の安さとなっている。加須うどんの魅力が、肉みそうどんやうどん屋を探す楽しみといった、加須の手打ちうどん会がめざすところが魅力と答える意見はそれほど多くなかった。そのほかの意見としては田舎風の素朴な味、別メニューのてんぷら、うどんのコシ、歴史、加須うどんの知名度、加須に住んでいる人はうどんが打てるが挙げられた。

8. 考察

本論文では、全国各地で食されている「うどん」が、古くから伝統的に食されてきた加須市の独自性を明らかにした。元来、加須では、材料となる小麦粉が生産されていたため、うどんの食文化が生まれた。その歴史は、300年以上になることが過去の文献からわかっている。300年以上前から作られつづけているうどんだが、変わったところもあれば、変わらずに残り続けている伝統もある。全国的には機械で打つことが多いうどんだが、加須では現在でも手打ちにこだわっている。これだけ地域全体で手打ちにこだわり、うどんを作り続けている地域は全国的にも珍しい。手打ちにすることによって、手打ち独特の麺のコシ、ツヤがでる。その日の天候に合わせて材料の配合を変えることができ、伝統の味を守

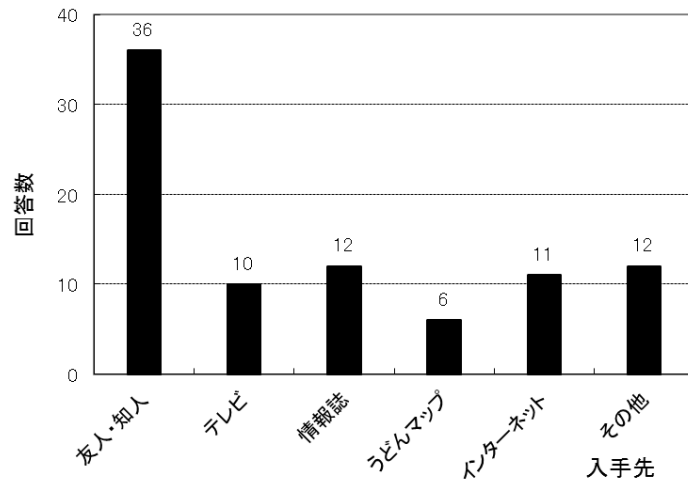


図 5-8 うどん屋情報の入手先(N=87)

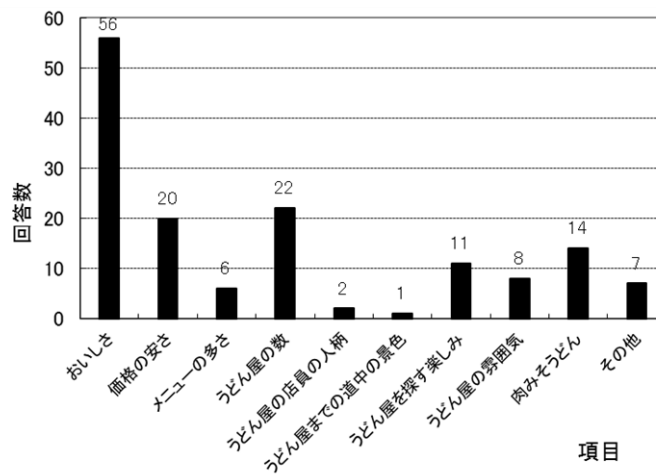


図 5-9 加須のうどんの魅力(N=147)

れるなどの利点がある。その反面、手打ちにすることは、うどん職人以外うどんを打つことができず、機械打ちに比べて大量生産が難しい。讃岐うどんのように全国チェーン店を展開するといったことも難しい。だが大量生産できないということは、加須うどんの希少価値を高めることにもつながる。全国どこでもチェーン店に行けば食べられる讃岐うどんと違い、加須のうどんは、加須に来ないと食べられない。全国的な知名度の獲得は難しいが、関東地方での地域密着の名物となりうる可能性が高い。

伝統的なうどんを作りつづけている市内の

うどん店に聞き取り調査を実施したところ、どこの店にも近年の売り上げの減少が共通して挙げられた。1990 年代前半、マスコミに加須のうどんが頻繁に取り上げられていたときは、休日や祝日には、市内の店舗には行列ができていた。時代が変わった現在、不況による外食機会の減少、外食産業の多様化により、低価格メニューが充実するチェーン店の進出も相次いでいる。うどん店の売り上げの中心は昼であり、昼はなるべく出費を抑えようとする世間の風潮が見られ、価格帯の高い市内のうどん店から客足が遠のいているようだ。そんな時代のなか、店舗によっては新しい加

須うどんの目玉である「肉みそうどん」を作り出すといった新しい試みもはじまっている。この「肉みそうどん」は第7回埼玉B級ご当地グルメ王決定戦で優勝し、マスコミにも取り上げられた。「肉みそうどん」をきっかけに加須のうどん店を訪れる人が増え、加須のうどんの魅力にも気づいてくれることだろう。

加須のうどんのように地域密着ではなく、全国的な知名度を獲得した讃岐うどんについては、フードツーリズムが成り立っている(原2007)。フードツーリズムとは、フードを味わうことやフードの生産地域の特質を体験することが、旅行の主要な動機となっている地域を訪問することである。うどん屋めぐりがフードツーリズムとして成り立っていくうえで、おいしさ、価格の安さの2つの基本的要件が欠かせないとしている。うどん店来客者へのアンケート調査の結果から、加須のうどんの魅力として7割以上がおいしさと答えている。だが、価格の安さを加須のうどんの魅力としてあげているのは3割ほどであった。うどん店への来客者のなかには、加須のうどんを食べに千葉や東京から来ている客もいた。このことから、必ずしも価格の安さは魅力の条件には入らないのではないかと、ただ単純に価格が安いということではなく、価格と料理の内容が妥当であることが、フードツーリズムという点で大切ではないかと考えた。事実、子亀うどん店で来店客のオーダーを見てみると、価格の安い、もりうどんはあまり注文されず、もりうどんの1.5倍から2倍の値段のするセットメニューの方がよく注文されていた。このことから、少なくとも加須のうどんにおいては、価格の安さがフードツーリズム成立の必要条件とはならないと言える。

9. おわりに

本論文では、大きく分けて加須のうどんの歴史、現状、これからの発展の3点について論じてきた。うどんの歴史は、おもに聞き取り調査によって明らかにした。加須の生活のなかに深く根づいているうどんは、日常生活

だけでなく、冠婚葬祭や地域の集会などさまざまな場面で登場することがわかった。現在、加須は住宅開発が進み、地域の個性や伝統的な色彩が薄らぎつつある。薄らいでいる地域独自の伝統を、後世まで伝えていくことが重要だと指摘しておきたい。また、うどん店では家族3代での来店や、加須への来客を地元の人がうどん店に案内している様子が見うけられた。うどんを通して世代、地域を超えたコミュニケーションが見られ、うどんは人々の心を取り結ぶ重要な食材となっているといえる。

加須うどんの現状を把握するため、うどん店の実際の営業状態について、6店のうどん店に対して聞き取り調査を実施した。どの店からも、手打ちうどんへの強いこだわりがうかがえた。そのうえで、各店舗にはそれぞれの特色があり、「加須のうどん」とひとまとめにはできない部分も多くみられた。この各店舗の違いが加須のうどんの魅力であり、加須手打ちうどん会主催のうどん店スタンプラリーの醍醐味でもある。

加須のうどんのこれからを考えるにあたって、2010年11月21日に加須市はなさき水上公園で開催された第7回埼玉B級ご当地グルメ王決定戦を中心に、現在すすめられている、加須のうどんを使ったまちおこしの取り組みを取り上げた。第7回埼玉B級ご当地グルメ王決定戦の効果を検証するために、子亀うどん店において客層を調査・分析した結果、加須近辺に住む人のほか、肉みそうどんをきっかけに加須のうどんを訪れる人がいることが分かった。だが、そのなかでB級ご当地グルメだけに頼ったまちおこしだけではなく、この大会で有名になった肉みそうどんをきっかけとして、伝統的な「加須のうどん」の良さを知ってもらい、ファンになってもらうことが、もっとも大切なのではないかと考えた。

謝辞

本論文は、2011年3月に首都大学東京都市環境学部へ提出した卒業論文を加筆・修正し

たものである。

親身に相談に乗っていただいた大山修一准教授、環境地理学研究室ゼミの皆さま、度重なる調査を快く受けていただいた加須商工会議所福田様、調査に快くご協力して頂いた子亀うどん店、前乃屋、つかさ、久下家脩兵衛、つるや、岡村屋の各うどん店店主様、加須市役所農林振興課の皆様、加須市教育委員会三田様、中里様には深く感謝いたします。

(首都大学東京 都市環境学部 地理環境コース 2010 年度卒業; 太陽日酸株式会社 勤務)

注

1) うどんの由来として「うどんの歴史は奈良時代に日本に伝わったとも又空海(弘法大師)が唐に留学して帰国する際その製法を持ち帰り郷土に伝えたとの説もあります。最初は小麦粉を丸めて煮た団子のようなもので混沌と名付けられ、その後温鈍饅となり『うどん』となったといわれ今日のように袖長麺になったのは江戸時代といわれています。」と書かれている。

参考文献

原直行 2007. 讃岐うどんとフード・ツーリズム—うどん屋巡りの客層分析. 香川大学経済論集 80(2): 53-76.
堀佳菜子・河野篤子 2007. 山形庄内地方の郷土料理. 京都女子大学食物學會誌 62: 19-33.
石毛直道 1995. 『食の文化地理—舌のフィールドワーク』朝日新聞社.
真部正敏 2007. 讃岐の自然と人間が育んだうどん文化. 日本作物学会記事 76:334-336.
村岡元司・中島聞多 2007. 伊達市における食ブランド構築に向けた取り組み. 地域ブランド研究 3: 27-49.
中嶋聞多・木亦千尋 2009. 「食」を活かした地域ブランド構築モデルの検討—富士宮やきそばを例にして. 地域ブランド研究 5:

31-51.

中村文宣 2009. 観光資源としての「戸隠そば」の発展過程と地域的基盤. 地域研究 31: 127-139.

中根秀斗 2009. 静岡県富士宮市における「富士乃宮やきそば」について. 2009 年度首都大学東京都市環境学部卒業論文.

関満博 2008. 「特集ご当地ラーメン」によるまちづくり. 地域開発 531: 1-47.

寺田稔 2010. 地域の伝統文化が地域を作る. 季刊 北海学園大学経済論集 57(4): 209-214.

吉田博 2007. 地域ブランドと地域活性化—盛岡ブランドの展開—. 新潟国際情報大学国際文化学部紀要 10: 135-142.