

練製品工業の地域的生産特性

－小田原市と塩竈市の比較を通して－

青 木 英 一

Ⅰ はじめに

大企業による工業生産のグローバル化が進行するなかで、日本国内各地の工業生産面からみた独自性あるいは主体性は低下してきている。すなわち、地域の生産特性を決定するのは地域自身ではなく、他地域に本社を持つ大企業の場合が多い。これは、地域内に意思決定機能がないことを意味する。地域は今や、自らの将来を自らの意志で決められない立場に立たされている。

しかし、地場産業は立地地域との関わりが深く、地域の独自性あるいは主体性が発揮される場合が多い。地場産業の多くは地域内で形成され、意思決定機能も地域内にあり、中小企業の集積による地域内連関を主とするため、地場産業の盛衰が地域の盛衰と連結しやすいが、一方、対応も地域内で採ることができる。地域の生産面での将来を自らの意志で決めることが可能である。

地場産業は、創業段階では個人の力によるところが大きいかも知れないが、その後も継続的に発展していくためには、立地地域がおかれた生産環境に地場産業全体が適応していく必要がある。現に、同一業種の地場産業であっても、立地地域の生産環境の相違によって、それぞれ異なる生産特性を有していることが多い。

本稿では、地場産業と地域との関わりに視点を置いて、同一業種の地場産業でも立地地域が異なることによって、どのように生産特性が異なっ

いるのかを考察する。そして、これらを考察することにより、地域によって生産特性が異なることの意味を考えてみたい。ここでは、地場産業の事例として練製品工業を取り上げる。練製品工業は大企業の進出が少なく、輸出入の実績も小さいため、国内市場を対象とした国内産地間の比較に限定して考察することができる。比較対象の地域としては、東京に近接し蒲鉾産地として有名な小田原市と、東京から離れてはいるが日本最大の蒲鉾産地である塩竈市を取り上げる。

地場産業の研究の蓄積は多い。大部分の研究が単一産地の形成過程や生産構造、存立基盤の解明に重点をおいているが、そのなかで産地間の比較に重点をおいた研究として、両毛地方の5機業圏の変容を比較検討した辻本・北村・上野の研究¹⁾、機業・陶磁器業・和紙製造業の生産地各地の生産構造を明らかにした辻本芳郎の研究²⁾、北関東と西関東の織物産地の比較を通してどのように生産構造が変容していくかを明らかにした上野和彦の研究³⁾、こけし産地の存在形態や形成過程・構造・基盤について3産地の比較検討をした宮川泰夫の研究⁴⁾、仏壇産地の生産構造を鹿児島県川辺町と秋田県稲川町で比較した石倉三雄の研究⁵⁾、組紐産地の京都と伊賀上野の比較を通して変化への地域的対応の相違を明らかにした宮川・朝倉・天野・菊谷の研究⁶⁾、中小陶磁器産地である笠間・大堀・本郷などの比較検討を通して生産構造を明らかにした初澤敏生の研究⁷⁾、木製家具産地の構造変化を大川市と府中市で比較した黄完晟の研究⁸⁾などがある。しかし、食品工業、とくに練製品工業の産地間比較研究はみられず、練製品工業の単一産地研究でも、最近では沖縄県の蒲鉾生産に関する堂前亮平の研究⁹⁾がみられる程度である。

工場での聞き取り調査は、1998年4月（小田原市4工場）および8月（塩竈市8工場）に実施した。

なお、本稿では、練製品と蒲鉾類を同意語として使用する。蒲鉾類としては、焼き竹輪、蒲鉾（板付き蒲鉾・包装蒲鉾・笹蒲鉾など）、揚げ蒲鉾、

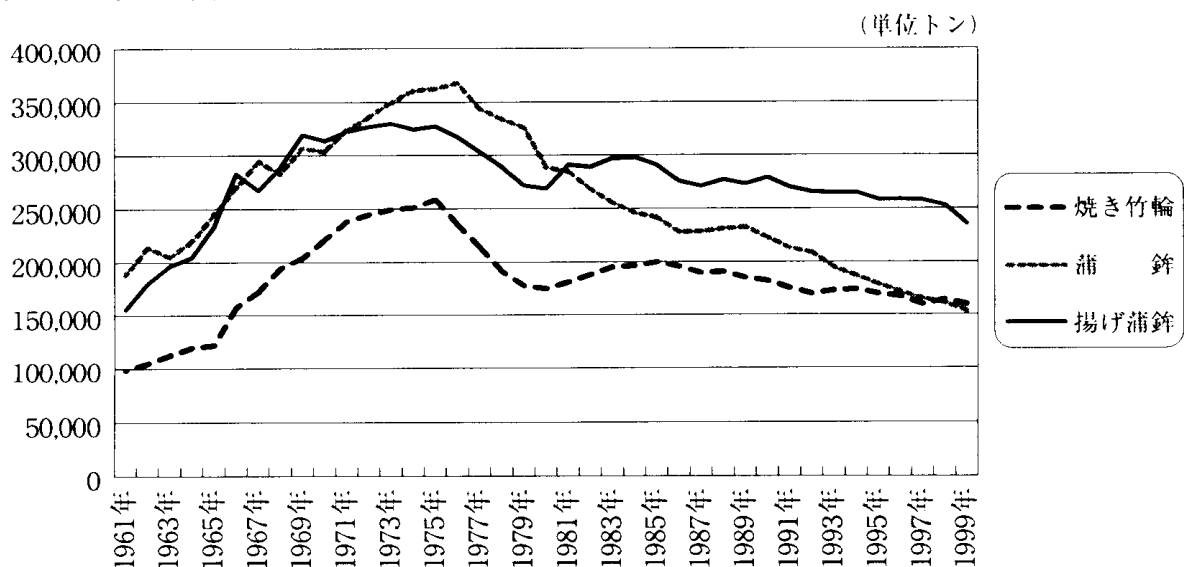
ゆで蒲鉾（はんぺん・なるとなど）、風味蒲鉾（カニ風味蒲鉾など）があり、魚肉ハム・ソーセージは含まない。

II 全国練製品工業の動向

蒲鉾類の生産は、魚肉ハム・ソーセージ等も加えると、1961年当時57万トン強であったものが、1969年には100万トン台に乗り、73年には118万トンを超えるまでになった。しかし、その後は漸減傾向となり、1979年には100万トン台を割り、1991年には80万トン台にまで低下、1996年以降はさらに70万トン台にまで低下している。¹⁰⁾

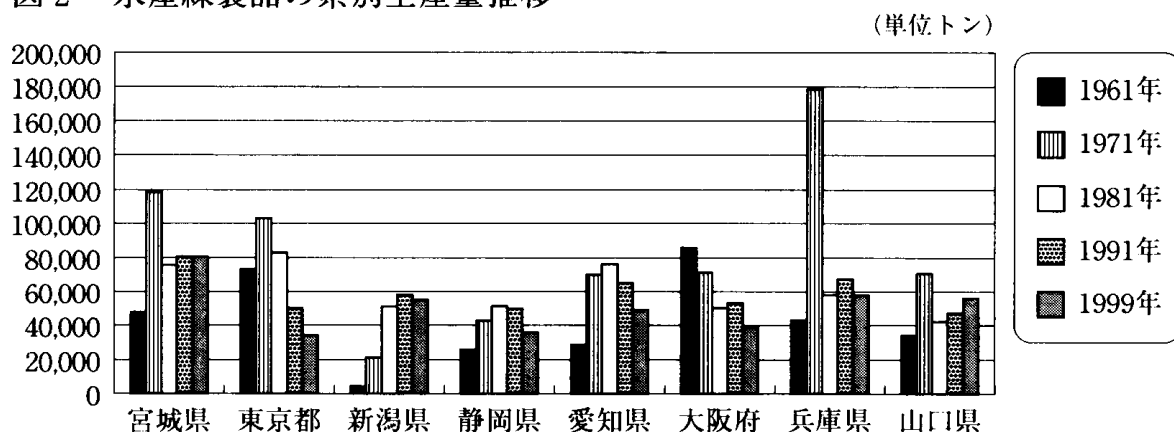
1959年に開発されたスケソウダラの冷凍すり身化技術は1960年代に普及し、練製品の原料が年間を通して安定供給されるようになり、練製品生産の増加が図られた。しかし、1977年の200カイリ問題は原料魚の減少をもたらし、練製品生産も急速に低下した。1980年代に入るとカニ風味蒲鉾の需要が伸び、北米への輸出も増加したため生産が持ち直したが、その後米国内でのカニ風味蒲鉾の生産開始とともに輸出が減少、国内での需要低迷

図1 水産練製品の品目別生産量推移



資料：農林水産省「水産物流通統計年報」

図2 水産練製品の県別生産量推移

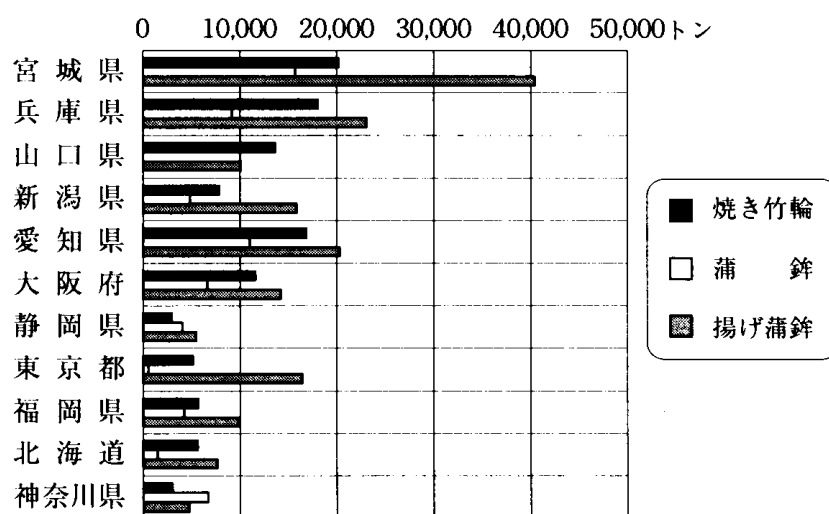


資料：図1に同じ

もあり、1984年以降は生産が減少し続けている。

品目別に生産推移をみると（図1）、揚げ蒲鉾は1973年、蒲鉾は1976年、焼き竹輪は1975年をピークに、以降は減少傾向に転じている。ただ、揚げ蒲鉾や焼き竹輪の減少が比較的小さいのに対し、蒲鉾は大きく減少しており、1998年以降は焼き竹輪の生産量を下回っている。なお、ゆで蒲鉾や風味蒲鉾はこれら3品目と比較するとその生産量は小さく、1999年現在、ゆで蒲鉾は3万8千トン、風味蒲鉾は5万1千トンにすぎない。

図3 水産練製品の県別・品目別生産（1999年）



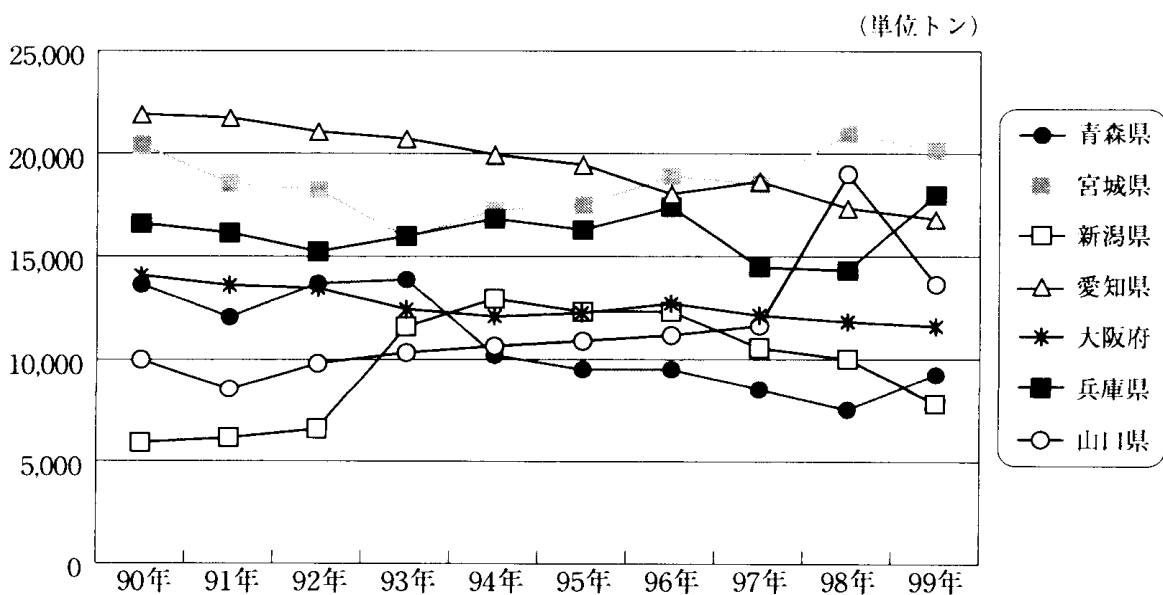
注）蒲鉾に包装蒲鉾を含まない

資料：図1に同じ

都道府県別に練製品全体の生産推移をみると図2のようである。図2の8都府県は、1961年以降、生産量上位5位以内に一度でも入ったことのある県である。1961年には大阪府と東京都が1位・2位を占めていたが、冷凍すり身の普及以降は大量生産化が進み、宮城県・新潟県・静岡県・山口県などの生産が相対的に増加してきた。しかし、1961年当時生産がきわめて少なかった新潟県を除けば、これらの都府県はこの39年間一貫して生産上位を占め続けており、地域的な生産動向に大きな変化はなかったといえてよい。そして、一部の都府県に生産が集中しているといえる。

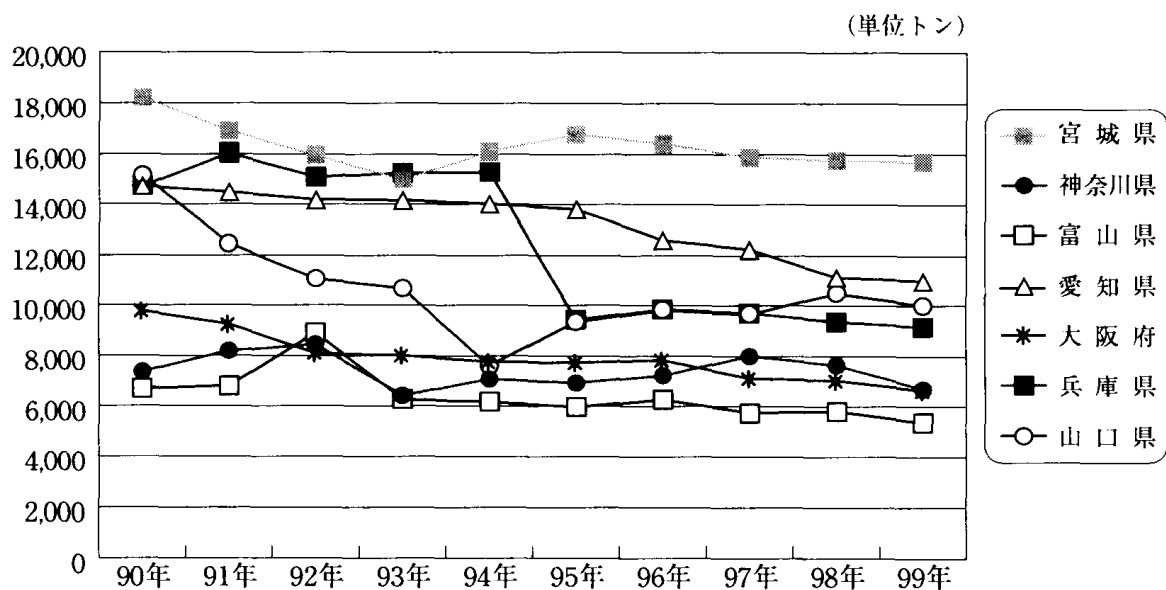
都道府県別の生産を品目別にみると図3のようである。図3には、1999年現在の生産上位11県を示した。図3によれば、宮城県は3品目ともに生産第1位であるが、なかでも揚げ蒲鉾の生産規模が大きい。各品目の生産上位県としては、焼き竹輪が宮城・兵庫・愛知・山口・大阪の各府県、蒲鉾が宮城・愛知・山口・兵庫・神奈川の各県、揚げ蒲鉾が宮城・兵庫・愛知・東京・新潟の各都県となっている。宮城県以外でも、兵庫県と愛知県は3品目ともに生産上位を占めている。神奈川県の場合、他の都府県と異なり、3品目のなかでは蒲鉾の生産が最も大きい点に特色がみられる。

図4 焼き竹輪の県別生産量推移



資料：図1に同じ

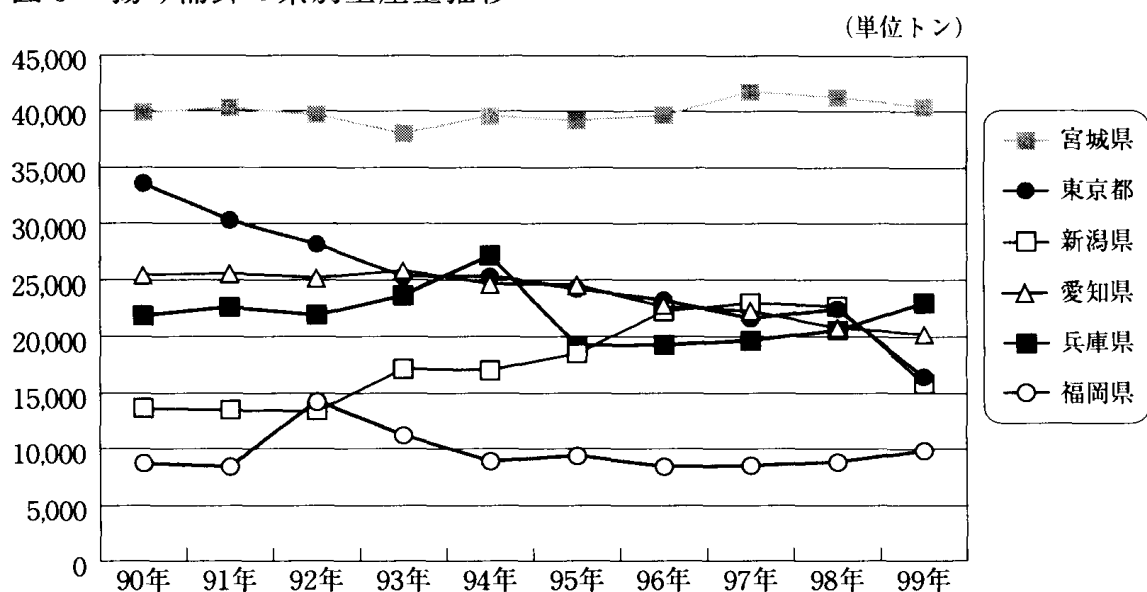
図5 蒲鉾の県別生産量推移



資料：図1に同じ

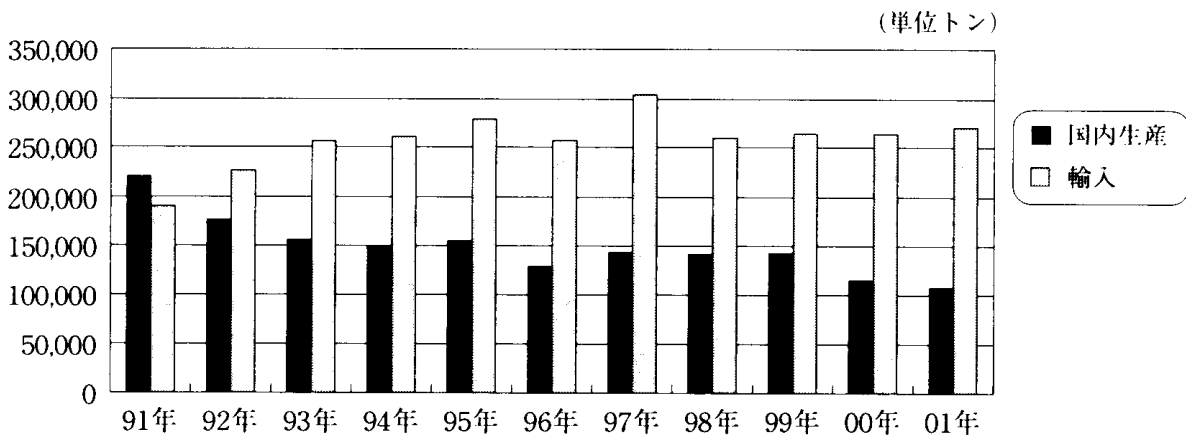
3品目の1990年以降の生産推移をみたのが図4～6である。焼き竹輪では、愛知県が長年1位を占めていたが、近年、宮城県が1位を占めるようになった。山口県が生産が伸びてきている。蒲鉾では、宮城県が比較的安定した生産を維持しているのに対し、兵庫県は1995年以降生産を大きく減

図6 揚げ蒲鉾の県別生産量推移



資料：図1に同じ

図7 冷凍すり身の供給量推移



資料：「蒲鉾年鑑」平成13年版

少させている。愛知県や大阪府は漸減傾向にある。揚げ蒲鉾では、宮城県が一貫して4万トン前後の生産を上げ続けているのに対し、かつて第2位であった東京都の生産は低下し続け、現在は第4位である。

以上からも、練製品工業における宮城県の生産規模の大きさが理解できよう。なかでも揚げ蒲鉾の生産に特色がある。また、神奈川県は全体の生産量は11位と少ないが、蒲鉾の生産では第5位と上位に位置している点に特色がある。

各産地で、練製品の原料として冷凍すり身の使用量が増大してきたこと、国内でのタラ漁獲量が減少してきたこと等により、大手水産会社が冷凍すり身の供給に進出し、米国からの冷凍すり身の輸入を増大させてきた。1992年以降は、国内産より輸入品に依存する割合が高くなった(図7)。

III 小田原市における生産特性

小田原における練製品生産は、江戸時代に地元産の魚の売れ残りを処理するために、蒲鉾に加工したのが始まりといわれている。加工により腐敗を防ぎ、箱根の温泉宿に供給していた。当時は鮮魚商による兼業生産で、専業製造者はみられなかった。1902(明治35)年以降、蒲鉾製造機械(揺

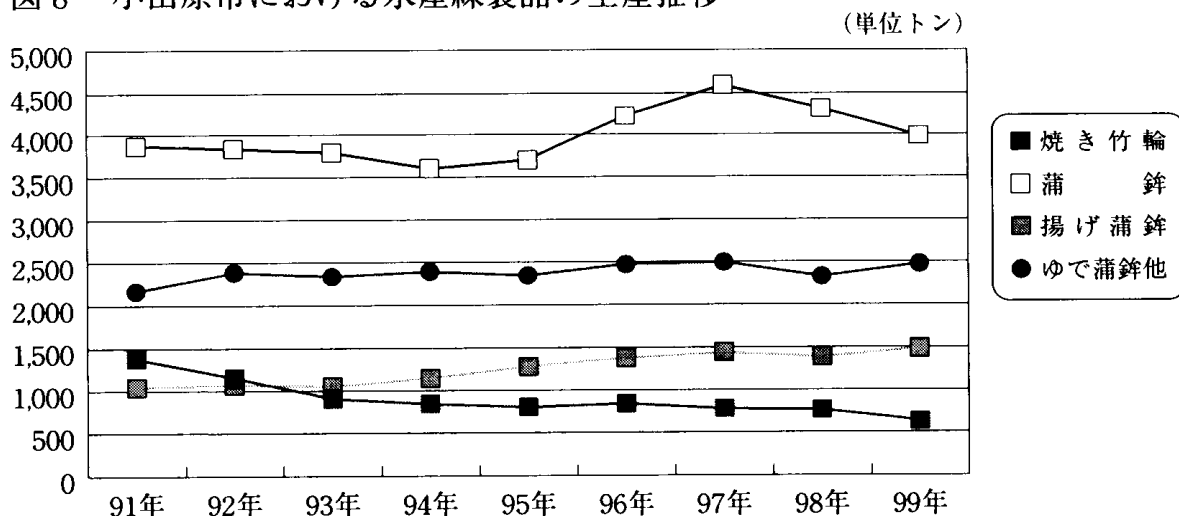
潰機）の発明や、機船底曳網漁業の発達により原料魚が大量に入手できるようになり、大衆食品化していった。また、交通機関の発達に伴い、販路も急速に拡大していった。

現在、小田原蒲鉾の老舗として名を知られている籠清、丸う田代、伊勢兼、鈴廣、ウロコキ田代などは明治期に創業したが、当時は鮮魚商などとの兼業で蒲鉾を製造していた。そして、技術改良を重ね「小田原蒲鉾」の名を定着させるなかで、各企業とも専門化していった。

小田原市における練製品の品目別生産をみると(図8)、どの品目も安定した生産推移を示しているが、なかでも蒲鉾(板付き蒲鉾)の生産量が多い。1999年現在、神奈川県全体の蒲鉾生産量が6,694トン、小田原市の生産量が3,982トンであり、小田原市は神奈川県全体の59.5%を生産している。小田原市への生産集中が顕著である。

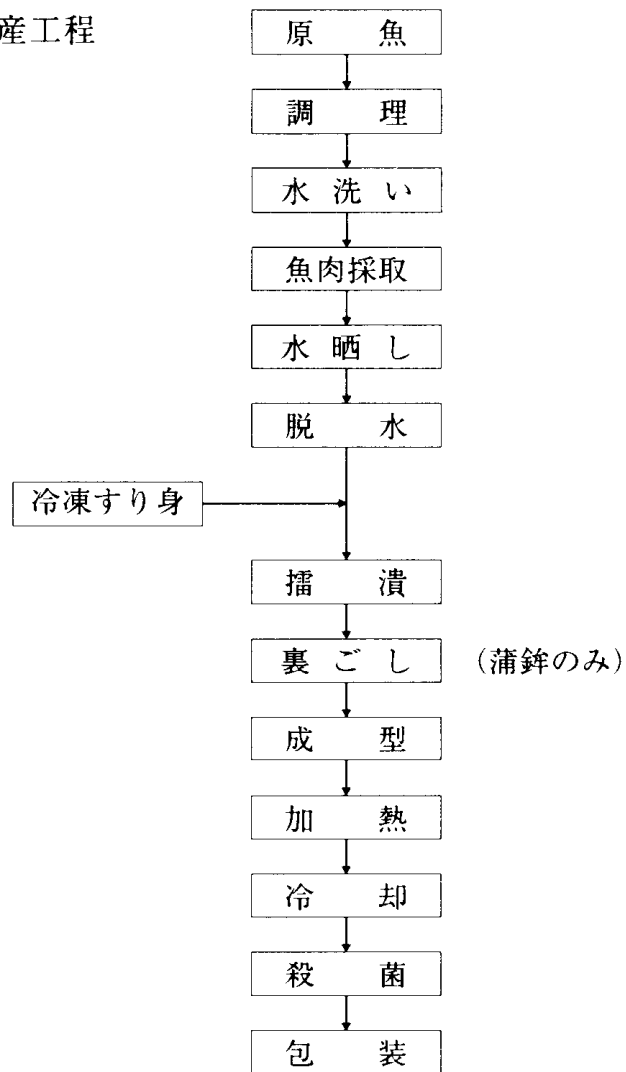
蒲鉾の主要原料はグチ(イシモチ)である。明治期まではオキグス・アマダイ・ムツ・イサキなど地元産の魚が主として利用されていたが、大正期より東シナ海のグチが主として利用されるようになった。最近では東シナ海産のグチが減少し、東南アジア産のグチが中心になっている。近年、スケソウダラのすり身も利用され、グチ100%の蒲鉾は高級品に限られる

図8 小田原市における水産練製品の生産推移



資料：小田原蒲鉾水産加工業協同組合資料

図9 水産練製品の生産工程



ようになった。一般には、グチとスケソウダラを混合したものが原料として利用されている。

蒲鉾の生産工程は図9の通りである。原魚を買い付け、頭と内臓を除去し、水洗いして鱗や汚れを取り、身落とし機で魚肉のみを採取する。その後水晒しを行い、脱水した後に石臼で搗潰する。この搗潰工程が最も重要である。ここで塩や調味料を添加するが、この添加按分で各企業独自の味・風味が出てくる。搗潰の後、蒲鉾の場合は裏ごししてから成型する（揚げ蒲鉾や竹輪の場合は裏ごしなしで成型する）。あとは加熱・冷却・殺菌して包装すれば完成である。スケソウダラの冷凍すり身を利用する場合

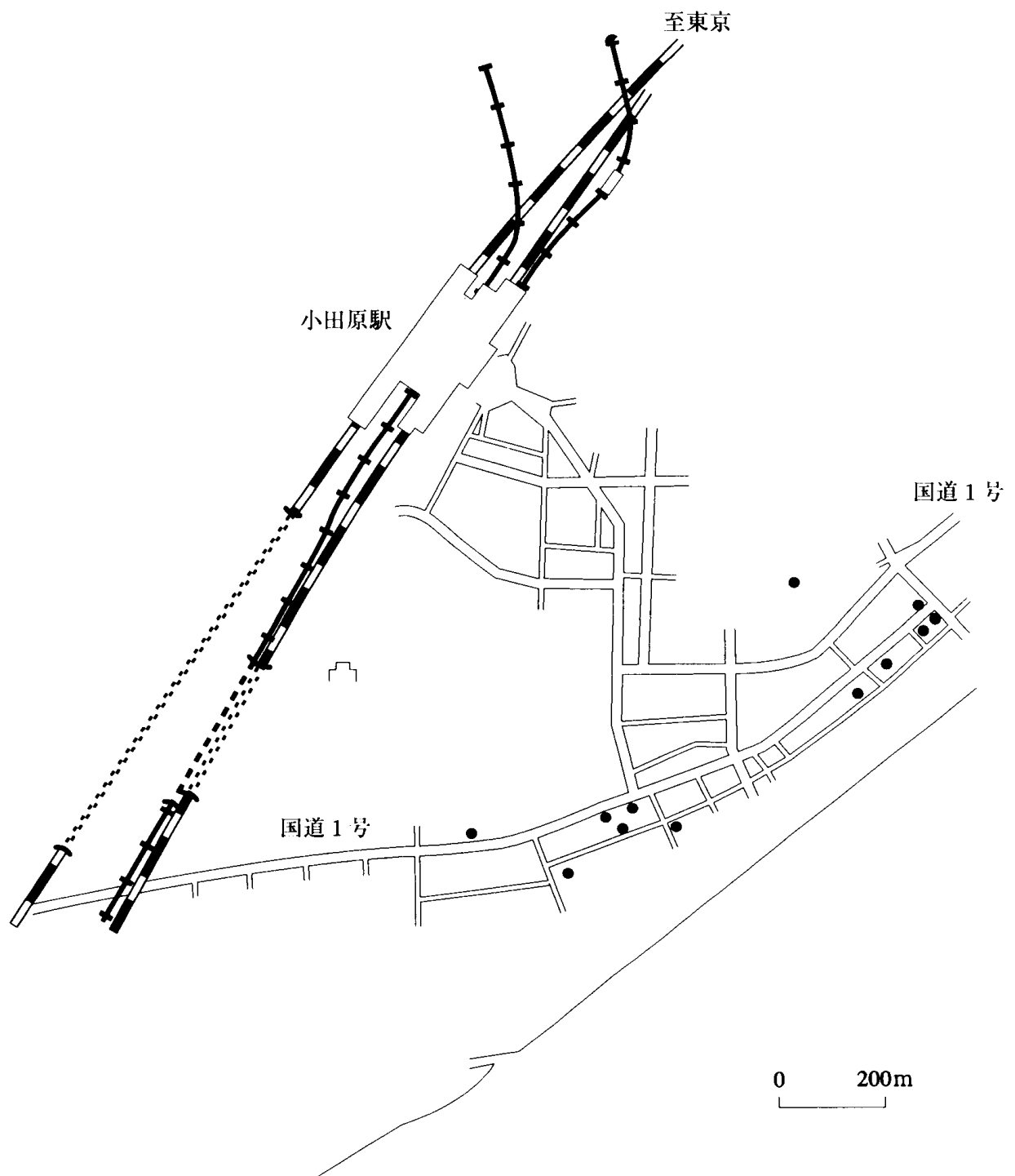


図10 小田原市における蒲鉾工場の分布

注) 早川地区と風祭地区の工場は除く

資料:「蒲鉾年鑑」平成12年版

は、播潰時に混合させている。なお、手作りの高級蒲鉾の場合は、身落としや水晒しを特別に行い、成型は手作りで行う。

小田原市内の練製品企業は、旧小田原漁港の近辺にあたる本町や浜町に集中していた。ここは現在市街地であり、水晒しのための排水処理施設を建設することができないため、生産部門を郊外に移転したり（鈴廣）、静岡県焼津市近郊に移転したり（籠清、丸う田代）、他地域の処理業者からすり身を購入したりしている。

調査時現在、小田原蒲鉾水産加工業協同組合に加入している企業は14社ある。うち12社が本町や浜町で営業しているが（図10）、全工程の生産を行っている企業は1社もない。生産部門を残している企業はあるが、播潰工程以降のみの生産を行っている。

以下、小田原で聞き取り調査を行った4社の生産状況について述べる。

A社は明治初年に小田原魚市場の近くで、鮮魚商を営む傍ら蒲鉾製造を始めた。専業になったのは2代目からである。関東大震災後現在地に移転した。当初の原料はオキギス・ムツ・イサキなどであった。大正期からは東シナ海のグチを利用し、第2次世界大戦後はスケソウダラも利用するようになり、現在に至っている。グチは原魚で買い付け、静岡県の工場で加工している。一部は、播潰工程以降を小田原市内の工場で生産している。製品は100種類を超え、年間約200万本を生産しているが、うち100万本は年末に集中している。残りの100万本は観光土産用である。年末品の90%は京浜を中心とした首都圏へ出荷し、観光土産品の多くは箱根・伊豆の観光地へ出荷している。一部は、高速道路のサービスエリアへも出荷している。高価格品が主であるため、年末以外全国のスーパーマーケットには並んでいない。労働力は全社員で130人、小田原だけでは65人である。静岡の工場では、地元の水産高校卒業生が中心になっている。小田原の本社・工場も、市内かその周辺市町から雇用している。

B社は1872（明治5）年に蒲鉾製造を開始したが、鮮魚商との兼業で蒲鉾製造（冬場）を本格化させたのは1897（明治30）年からである。1941年に専業の製造所を設立、1951年には株式会社化した。1968年に生産部門を

郊外に移転、さらに1974年には静岡県に工場を新設した。現在、小田原市内では生産していない。原料はグチとスケソウダラのすり身である。また、蒲鉾板や包装紙の納入業者、印刷業者はすべて静岡県の業者である。年間の生産量は約150万本で、うち25～6%が観光土産用、22～3%が直営店や通信販売用、残りのほとんどは京浜への出荷である。全体の半分近くが年末に売れている。労働力は全社員150人、小田原が60人、静岡工場が90人であるが、両事業所ともに地元を中心とした雇用を行っている。ただ、静岡での労働力確保が困難になっている。

C社は明治初年に、鮮魚商に奉公していた創業者がのれん分けで独立して、はんぺんやつみれを作り始めたことに始まる。2代目になって蒲鉾製造を始め、大正から昭和にかけて箱根・伊豆が観光地として発展するようになると蒲鉾の需要も増大したため、それに対応して原料を近海物から東シナ海のグチに切り替えて生産を増大させた。現在も主要原料はグチであるが、他にスケソウダラのすり身も利用している。グチは原魚を購入した後、焼津の処理会社に水晒しまでを委託、小田原の当社では擂潰およびスケソウダラのすり身とのブレンド以降を行っている。製品は年間約100万本生産している。うち50%が観光土産用である。あとは京浜のスーパーマーケットや結婚式場に出荷している。全体の30%が年末に売れている。近年、新製品（パスタ風蒲鉾）を開発して出荷しているが、現在のところ小田原市内での業務用が中心となっている。労働力は全社員29名で、生産と営業がほぼ半々である。大部分が小田原市内に居住している。

D社は慶応元年に網元魚商の副業として蒲鉾製造を始め、明治中期に本業を蒲鉾製造に変えた。1951年に株式会社化し、1962年には郊外に移転した。さらに、1995年に新工場を同じ小田原市内に建設し、旧工場を手作り品、新工場を機械生産品に分業化した。両工場とも水洗いからの一貫生産を行っている。原魚の買い付けと調理は焼津の業者に委託している。原料は、かつてはオキギスやイサキを利用していたが、昭和初期からは東シナ

海のグチを主原料とするようになった。現在は、グチの他にスケソウダラのすり身も利用している。また、手作り品の一部ではイサキやカマス、タイを利用することもある。製品は約300種類あり、蒲鉾（板付き蒲鉾）が主であるが、揚げ蒲鉾やゆで蒲鉾も生産している。年末に全体の約50%を出荷している。観光土産用が約30%を占め、通信販売用は10%未満である。出荷先の大半が首都圏（築地市場・横浜市場や、直納のスーパーマーケット、直営店、地元の土産店）向けであり、年末に若干関西向けが出荷される程度である。労働力はグループ全体で500名、工場の従事者の大部分は小田原市内居住者である。パート労働力（女子）は通勤範囲が狭いこともあって、不足している。

以上、4社の生産状況をみてきた。これら4社に共通していることは、製品が蒲鉾（板付き蒲鉾）中心で、原料はグチを主原料としていること、出荷先が京浜を中心とする首都圏や、箱根・伊豆を中心とする観光地に限定されていること、労働力は地元依存していること等である。また、主要企業は原魚の買い付けからすり身製造、搥潰と一貫して生産している。首都圏への出荷は年末に集中しているが、これは正月用品として利用されるためであり、比較的高価格品が中心になっている。観光土産用蒲鉾も高価格品中心である。小田原蒲鉾イコール高級品というブランドイメージの価値は大きい。そのため各企業は小田原から離れることができず、企業によっては生産部門を他地域に移転しても、本社・販売部門は小田原市内に置いて営業活動を展開している。しかし、高価格品であるため市場が限定され、日常的に食されることが少ないため、全体としての生産量も少ない。箱根・伊豆の観光旅館でも、一部高級旅館を除けば、小田原蒲鉾が食膳に上ることは少なく、土産品として販売されているだけである。また、小田原市内の学校給食にも小田原蒲鉾が利用されることはほとんどない。

こうした状況から、小田原の練製品企業の多くは、月別にみた収支状況が12月のみ黒字といった偏りを見せ、経営が安定していない。年間を通せ

ば黒字であっても、月別収支で大半の月が赤字であるため、金融機関が融資を渋ることが多く、資金難に見舞われている企業が多い。

また、最近は蒲鉾の需要が減少しつつある。図8からも、1997年をピークに生産の減少傾向がうかがえる。業界としても、PRを強化したり、相互に研究会をもって情報を交換したり対策を練ったりしてはいるが、決定的な打開策は見出せないでいる。結局は企業個々の努力に委ねられ、蒲鉾製造以外の分野にも進出する多角化を進めたり、蒲鉾の新製品開発を進めたりしている。こうした状況下にあるにもかかわらず、小田原市当局の支援はあまりみられない。小田原市には練製品工業の他に、梅干しなどの漬物工業、木工品加工業などといった地場産業が存在しているため、練製品工業の振興にだけ自治体が力を入れるというわけにはいかないようである。

そうしたなかにあっても小田原の練製品工業が存続し得ているのは、京浜という巨大市場に近接するだけでなく、箱根・伊豆といった国内有数の観光地にも近接しているという立地条件の良さと、高級品に特化し、他地域の低価格品との競合を避けることができるという製品特性の良さの2点によるものである。

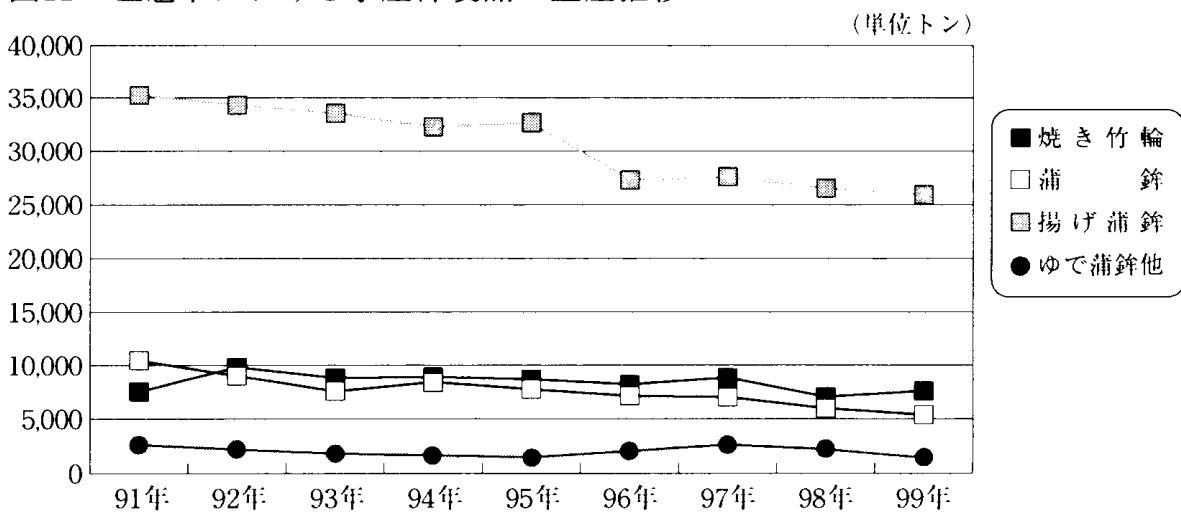
IV 塩竈市における生産特性

塩竈市における練製品工業は、大正初期、機船底曳網漁法の発達により塩釜港への魚の水揚げが増加、それに伴い売れ残った魚の処理法の一環として発生したものである。当時は、とくに油鰯の大量水揚げによって焼き竹輪の生産が多く、製造者も増加した。第2次世界大戦後になると、北海道産のスケソウダラが主原料になった。1964年頃から北転船による北洋海域でのスケソウダラ漁獲が急増した。これらが冷凍すり身として練製品生産に利用され、年間を通して大量生産を可能にしていた。当初、冷凍すり身は地元でも生産されていたが、200カイリ漁業専管水域の設定により

スケソウダラの水揚げが激減すると、他地域で生産された冷凍すり身に依存するようになった。なお、製品は当初からの焼き竹輪の他に笹蒲鉾も生産し、さらに昭和30年代以降になると揚げ蒲鉾の生産も増加するようになった。¹²

塩竈市における練製品の品目別生産推移をみると（図11）、揚げ蒲鉾の生産が他の3品目より圧倒的に多い。ただ、1996年以降は低下傾向にある。他の3品目も総じて低下傾向にあるが、全体的にみて安定した推移を示している。揚げ蒲鉾の場合、1999年現在、宮城県全体の生産量が40,406トン、塩竈市の生産量が25,912トンで、塩竈市は宮城県全体の64.1%を生産している。塩竈市への生産集中も顕著である。

図11 塩竈市における水産練製品の生産推移



資料：塩竈市「平成11年塩竈の水産」

主要原料はスケソウダラの冷凍すり身である。近年は輸入すり身が増加し、大手水産会社系列の商社（2社）を通じて購入している。地元にもすり身加工会社が1社あるが、生産量は少ない。生産工程は購入した冷凍すり身の解凍作業から始まる。したがって、小田原蒲鉾のようにすり身加工の前半工程を社内に有しているところはない。図9でいうと、擂潰から後の工程のみである。

塩竈市の練製品企業は最初、塩釜漁港に隣接する魚市場で魚を購入して加工していたため、市場の対岸から貞山堀にかけての地域に集中していた。しかし、その後、排水などの公害問題のため新浜町の工業団地に移転する企業も増加し、現在では図12のような工場分布となっている。

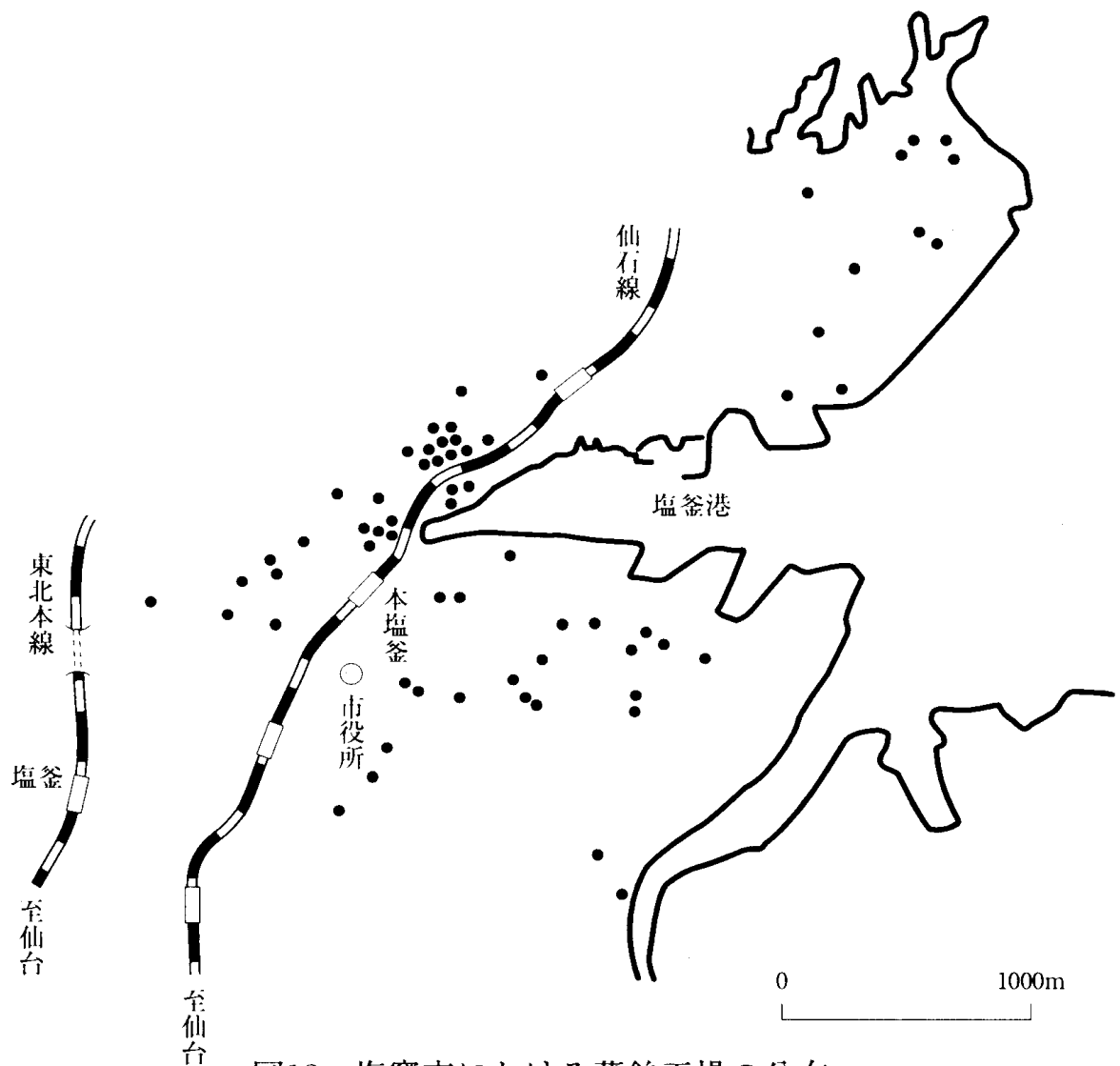


図12 塩竈市における蒲鉾工場の分布

資料：「蒲鉾年鑑」平成12年版

調査時現在、塩釜蒲鉾連合商工業協同組合に加入している企業は44社ある。そのなかの8社を調査したのであるが、ここではこれら8社の生産状況について述べる。

E社は1959年に練製品製造の個人商店として創業、1966年に法人化した。

当初は笹蒲鉾や焼き竹輪、揚げ蒲鉾、板付き蒲鉾等を生産していたが、現在は焼き竹輪の生産をやめ、揚げ蒲鉾やおでん種、カニ風味蒲鉾等の生産を行っている。主要原料はスケソウダラの冷凍すり身で、80%は輸入物に依存している。北海道産のすり身も購入している。出荷範囲は北海道から岡山県に及び広範である。運送会社に委託してトラック便で輸送している。需要が大きいのは9月から3月にかけての時期である。とくに11月～12月がピークになる。労働力は全体で70名、女子が約80%を占めている。全員自宅通勤である。練製品企業が集積しているため、原料入手や商品配送面で有利である。また、人員確保も困難ではない。

F社は1930年から練製品を作り始め現在に至っている。最初は焼き竹輪や笹蒲鉾を生産していたが、昭和40年代以降揚げ蒲鉾中心となり、現在は揚げ蒲鉾のみを生産している。主要原料はスケソウダラの冷凍すり身である。かつては油鯨（焼き竹輪用）やキンキ、マダラ（笹蒲鉾用）を利用していた。出荷範囲は東京を中心に関東から東北・北海道にかけてである。東京だけで全体の60%を出荷している。地元運送会社に委託して共同出荷している。労働力は全体で200名、うち女子が140名を占めている。全員が自宅通勤者である。女子の職種は製造（一部事務）、男子は製造40名、営業20名となっている。近年は人員確保が容易になった。

G社は1935年に水産加工（干物）で創業、1959年から揚げ蒲鉾生産を開始、その後焼き竹輪（1967年）、笹蒲鉾（1968年）、カニ風味蒲鉾（1977年）、レトルト食品（1988年）と製品の種類を広げてきた。主要原料はスケソウダラ、金目鯛、白グチのすり身である。大部分は輸入に依存している。一部、北海道産も利用している。出荷範囲は北海道から大阪府にかけてで、南関東4都県だけで出荷額全体の60%を占めている。季節的にみると、出荷額全体の60%強が9月～2月で、40%弱が3月～8月である。ただし笹蒲鉾は3月～8月に70%弱が出荷されている。配送は地元の運送会社に委託している。労働力は全体で195名、製造が135名（男子50名、女子67名、

日系ブラジル人18名)、営業が16名(全員男子)、事務が44名(男子24名、女子20名)である。その他に中国人研修生10名、中国人技能実習生2名がいる。中国人12名は、中国・大連市にある提携企業からの派遣社員である。現在、人員確保は困難ではない。

H社は1937年に焼き竹輪の生産で創業したが、その後揚げ蒲鉾の生産も始め、1990年代になってからは揚げ蒲鉾のみに特化している。主要原料はスケソウダラの冷凍すり身で、米国産のものを輸入している。出荷については、大手スーパーマーケット3社と契約し、直納している。こうした出荷形態も1990年代になってからのものである。出荷先はもう少し多角化したいと考えている。配送は地元運送会社に委託している。労働力は全体で82名、うちパート労働力が32名いる。正社員は事務9名(男子2名、女子7名)、製造41名(男子18名、女子23名)である。全員自宅からの通勤者である。

I社は、1965年に設立された水産加工会社が、別にあった練製品工場を買収して生産ラインを移設し、1983年に操業開始したものである。当初から揚げ蒲鉾中心で、他に板付き蒲鉾や笹蒲鉾も生産している。主要原料はスケソウダラの冷凍すり身で、米国産のものを輸入している。東南アジア産のイトヨリダイも少しだが輸入している。出荷範囲は北海道から愛知県で、一部大阪府にまで及んでいる品目もある。しかし、需要の大半は首都圏である。季節的には、揚げ蒲鉾は10月～4月が中心で、その他は周年出荷である。労働力は全体で40名、うち36名が製造担当である。36名中30名が女子で、全員パート労働者である。現在、人員確保は容易になっているが、若年労働者の採用は困難である。

J社は1959年に笹蒲鉾生産の個人商店として創業、1969年に法人化した。現在に至るまで笹蒲鉾の生産を行っている。主要原料は、当初は塩釜港に水揚げされたキンキを利用していたが、1964年以降はスケソウダラの冷凍すり身を購入している。近年はほとんど輸入物のすり身である。製品

の出荷範囲は北海道から大阪府までであるが、毎日出荷しているのは北海道から愛知県までの範囲である。最も多い出荷先は仙台市で、全体の約20%を占めている。スーパーマーケットとの取引が中心で、土産用の割合が小さい。出荷は4月～7月が多く、12月～1月は少ない。配送は地元の運送会社に委託している。労働力は全体で49名、うち43名が製造担当である。43名中38名が女子で、中途採用者が多い。全員自宅からの通勤者である。現在、人員確保は容易である。

K社は、東京に本社がある食品企業の子会社として1977年に設立され、焼き竹輪の生産を行っている。1992年に本社の直営工場となった。主要原料はスケソウダラの冷凍すり身で、系列の商社経由で購入している。K社の工場が全国に11あるが、うち7工場で焼き竹輪を生産している。工場によって出荷範囲が決められており、塩釜工場は関東一円に出荷している。しかし、近年、関東にある工場の割合が高くなり、塩釜工場の割合は低下してきた。生産量はピーク時の半分にまで減少している。配送は地元にある系列の運送会社に委託している。焼き竹輪以外にも笹蒲鉾を生産し関東や東北に出荷しているが、わずかである。現在の操業場所が埋立地であるため地盤沈下がひどく、そのための対策費が大きい。生産規模の縮小に伴って石巻工場の分工場となったが、将来的には消滅することもあり得る。労働力は全体で81名、うち社員31名、パート50名である。女子は42名いるが全員パートである。ほとんど地元採用者である。

L社は1933年に魚類一般加工業として創業、1945年以降は練製品の生産を行っている。1975年に現在地（水産加工団地）に移転し、生産の増加に伴い工場の拡張を進めてきた。製品は約60種類で、揚げ蒲鉾、焼き竹輪、笹蒲鉾、つみれ類などである。主要原料はスケソウダラの冷凍すり身で、米国産、ロシア産の他、北海道産も利用している。その他にイトヨリダイ（タイ産）、ホッケ（北海道産）、サンマ（宮城県産）、イワシ（千葉県産）も利用している。すべて大手水産会社系の商社から購入している。労働力

は全体で220名、うち男子40名、女子180名である。40歳代以上が多く、塩竈市内居住者が60%を占めている。

以上、8社の生産状況をみてきた。これら8社に共通していることは、製品が揚げ蒲鉾中心であること、原料はスケソウダラの冷凍すり身を利用し、大手水産会社系列の商社から購入していること、そのため生産工程は冷凍すり身の解凍作業から後の工程のみであること、出荷先は首都圏を中心に北海道から中部・近畿（1社は岡山県）¹³⁾までと広範であること、製品の配送は地元の運送会社に委託していること、労働力は地元¹³⁾に依存していること等であった。出荷時期については、小田原が年末に集中するのに対し、塩竈は必ずしも年末に集中するわけではなく、周年出荷や、秋から春にかけて多くなったり、あるいは夏にかけて多くなるなど、様々で幅広い。さらに、小田原と比較して大きく異なる点は、低価格品の生産が中心になっていることである。観光土産用製品を生産している企業はほとんどなく、正月用高価格品に特化している企業もない。出荷先の多くはスーパーマーケットを中心に、日常的に食される商品を扱っているところである。そのために、年間通じて出荷が可能になるのであるが、価格競争も激しい。現に、塩竈の産地内においても企業間競争が激しいと回答した企業が複数あった。各企業は大量生産によるコスト削減に努めているが、普段の営業努力も欠かせないのである。しかし、そうした点で塩竈は、多数の企業が集積しており有利である。原料の共同購入や製品の共同配送によるコスト削減が可能であり、消費動向や製品に関する情報なども得やすい。また、東京に4時間で製品を配送できるという便利さ、一方で東京から離れているために人件費が安価で済むという点も、塩竈を有利にしているといえよう。

塩竈市内には練製品工業の関連産業も立地している。すり身や調味料の納入業、運送業、包装材加工業、印刷業、資材納入業、設備修理業などである。こうした関連産業も含めて練製品工業は、塩竈市の基幹産業になっている。そのため塩竈市と練製品業界とのつながりは深く、例えば、市内

の小中学校全13校に給食用食材として練製品を納品しているほか、11月15日の蒲鉾の日には市内の福祉施設に練製品を無料提供している。ただ、全国各地の市場は個々の企業によって開拓されたものである。

図11からも明らかなように、近年、生産の減少傾向がみられる。練製品工業の衰退は塩竈市にとって大きな問題である。そのために種々の対応策が採られているが、多くは企業個々の努力に委ねられている。例えば、新製品の開発や製品構成の多角化、総合食品企業への転換などである。一方、業界全体としては宣伝キャンペーンの実施、新原料の技術開発、国や県への補助金申請等を行っている。しかし、現状では大きな成果が得られているとは言い難い。

V 地域的生産特性相違の意味

練製品工業を事例に、2つの地域の生産特性をみてきた。小田原市は首都圏内に位置し、塩竈市は首都圏外に位置している。量的にみた全国的な生産動向では、大都市圏内から大都市圏外へと生産の中心が移行しつつある。

小田原の練製品工業は蒲鉾（板付き蒲鉾）生産に特化し、正月用品や観光土産品として、限定的な市場を対象に少量生産を続けている。それを可能にしているのは「小田原蒲鉾」というブランドイメージと、京浜に近接し、箱根・伊豆の観光地に隣接しているという立地条件による。高価格品であれば日常的に食されることはないので大量生産ができず、企業数は少なく企業規模も小さい。そのため、地域の基幹産業にはなり得ない。しかし、固定客がいて生産は安定している。

小田原にはフィルム製造業、電気機械工業など大企業工場主体の基幹産業があるほか、地場産業もいくつかある。市内から京浜地域への通勤者も多い。こうしたなかでは雇用環境が厳しく、低賃金労働力への依存は困難

で、コスト削減を求められる低価格品生産を行うことは不可能に近い。塩竈の練製品工業のような道を歩むことはできないのである。代わりに国内他産地との競合がほとんどないのが強みである。

塩竈の練製品工業は揚げ蒲鉾の生産において日本最大規模である。全国半分以上の地域を市場として、低価格品の大量供給を行っている。小田原とは対照的な特質である。こうした塩竈の生産特性を可能にしているのは、首都圏外にあって低賃金労働力を利用できることと、原料立地から出発した多数の企業の集積があって、これにより各種情報の入手が容易なこと、さらに共同化によるコスト削減が図れることなどによる。これら塩竈の各条件は小田原にはない。その一方で、小田原が有するブランドイメージや大観光地に隣接したり巨大市場に近接するという条件が塩竈にはない。「塩竈蒲鉾」というブランドは全国に浸透しておらず、仙台市では市場規模が小さい。また、隣接して観光地松島があるが、箱根や伊豆と比較すると、その来客規模は遙かに小さい。こうしたことから、高価格品へのシフトは塩竈では困難である。

低価格品の大量生産を行う以上は他産地との競合が避けられないが、地域を挙げて対応することにより生き残ることは可能である。小田原ではこうした対応は困難である。

結局、両地域はそれぞれがおかれた生産環境のなかで、適応できる形態に特化して生き残ってきたのである。小田原が低価格品の生産を拡大すればブランドイメージが低下するし、他産地との競争に勝つことも難しい。一方、塩竈が高価格品を拡大してもブランドイメージが確立していないし、固定客確保も容易ではない。生産規模の縮小につながることになるだろう。

各地域はステレオタイプの生産を行うべきではなく、各地域の特性に適合した独自性ある生産を行うべきである。

なお、外国からの低価格品の流入も考えられないわけではない。この場合、とくに競合が予想される塩竈が問題になるが、練製品が生ものであり

新鮮さが重要であること、練製品自体が現在需要減少傾向にあることなどから、外国からの大量流入はないと思われる。しかし、それにもかかわらず外国品の流入があった場合、味と品質が同じであるなら、消費者は当然低価格品の方を求めるであろう。外国品の方が低価格なら、日本の低価格品産地は打撃を受け、業種転換も含めた構造的な変化を迫られることになる。それでも、塩竈のように産地内が一体となった活動を展開している地域では、構造的な変化への対応が可能である。しかし、このような道を歩む可能性は小さく、それより需要減少への対応の方が差し迫った問題である。

VI むすび

地域が主体的に工業の生産特性を決定できる事例として練製品工業を取り上げ、小田原市と塩竈市の比較を通して、各地域がおかれた生産環境の相違により、それぞれ異なる生産特性を選択して存続していく状況をみてきた。このように、地域に根ざした地場産業は自らの意思でその進路を決定できるが、一方で、それぞれが根ざしている地域の生産環境に適応していくしか、存続する道はない。全く自由に進路を決定して存続できるわけではないのである。また、小田原市・塩竈市の地場産業が現在でも存続できているのは、ともに練製品工業という国際競争に巻き込まれにくい産業が基盤になっているためでもある。どのような地場産業でも国際競争下で存続可能なわけではない。

両市を比較すると、塩竈市の場合は練製品が大量生産されていて、事業規模が大きく地域内の主要産業となっているので、練製品工業の主体性の高さが地域の主体性の高さに結びついており、主体性の意義が大きい。しかし、小田原市の場合は練製品が少量生産で事業規模が小さいので、地域内の主要産業になり得ておらず、練製品工業の主体性が高いことが地域の

主体性も高いことには結びついていないため、主体性の意義が小さい。地場産業が高価格品生産に特化していくということは、生産規模が縮小し、地域内での生産連関が低下していくということを意味している。しかしながら、意思決定機能が地域内に存在し続けていることの意義は大きい。

今後、両地域に対し、生産環境の変化が、とくに需要構造の変化という形で起きる可能性は高い。生産環境の変化への対応を誤れば、地場産業ひいては地域の衰退につながる。地域（あるいは地場産業）の進路決定に対する主体性を有するということは、つねに生産環境に関わる情報の入手・分析や、対応策の決定・実行を自ら行っていかなければならないことを意味している。他地域で成功した事例をそのまま導入するという手法では、主体性があるとはいえない。自地域の生産環境を十分に把握しないままの成功事例導入は、進出企業に依存したままで自助努力を怠っている地域と変わるところがない。他地域の成功事例を導入するにしても、自地域の生産環境との整合性を検討してから導入すべきで、その場合でも、自地域に最適の形態に変化させて導入しなければならない。このことはどの地場産業地域にも該当することであるが、少なくとも、過去の生産環境の変化に対応して地場産業を存続させてきた小田原市と塩竈市の両地域に関していえば、今後の生産環境の変化に対しても適切な対応策を採ることが期待できよう。

〔謝辞〕 本研究の調査に当たっては、小田原市・塩竈市の各市役所や商工会議所、生産組合、並びに企業の多大なご理解・ご協力を得た。記して厚く感謝の意を表したい。なお、本研究の骨子については、1999年度日本地理学会春季学術大会（於専修大学）において報告した。

注および参考文献

- 1) 辻本芳郎・北村嘉行・上野和彦（1973）：両毛地方の機業圏の変容.「新地理」第21巻第4号, pp.15～44
- 2) 辻本芳郎（1978）：『日本の在来工業』大明堂, pp.273
- 3) 上野和彦（1987）：『地場産業の展望』大明堂, pp.157
- 4) 宮川泰夫（1988・1989）：こけし産地の存在形態（その一・その二）—新風土文化産業論序説—.「愛知教育大学研究報告」第37輯（社会科学）pp.1～23. 15～38
- 5) 石倉三雄（1989）：家庭用仏壇製造業の現状と課題.『地場産業と地域経済』第2章所収, ミネルヴァ書房, pp.85～173
- 6) 宮川泰夫・朝倉義博・天野秀美・菊谷恵美（1990）：組紐産地の変容—都と鄙の伝統工芸—.「地理学報告」第70巻, pp.6～27
- 7) 初澤敏生（1995）：中小陶磁器産地の生産構造.「行政社会論集」第7巻第2・3号, pp.205～240
- 8) 黄 完晟（1997）：『日本の地場産業・産地分析』税務経理協会, pp.220
- 9) 堂前亮平（2002）：沖縄県における水産工業集積地域—「沖縄カマボコ」を中心として—.『産業集積の地域研究』（井出策夫編著）第4章第3節所収, 大明堂, pp.180～192
- 10) 農林水産省統計情報部「水産物流通統計年報」による。
- 11) 露木英男（1962）：小田原蒲鉾.「食品工業」第5巻第2号～第7号
- 12) 塩釜蒲鉾連合商工業協同組合（1981）：『塩釜かまぼこ二十年の歩み』, pp.46
- 13) 製品の配送を地元の運送会社に委託することは小田原でも行っている。