

論 説

瀬戸内海燧灘沿岸地域におけるえびちくわの食文化

淡 野 寧 彦 (地域資源マネジメント学科)

石 水 菜々香 (愛媛大学社会共創学部卒業生)

A food culture of “Ebichikuwa” in the Hiuchinada coastal region area,
Seto inland sea

Yasuhiko TANNO (Regional Resource Management)

Nanaka ISHIMIZU (Graduated Student, Ehime University)

キーワード：えびちくわ、郷土食、食文化、地域資源、瀬戸内海燧灘沿岸地域

Keywords: Ebichikuwa, local food, food culture, regional resource, the Hiuchinada coastal region area, Seto inland sea

【原稿受付：2024年1月6日 受理・採録決定：2024年1月17日】

要旨

本稿は、愛媛県東部から香川県西部にかけて広がる瀬戸内海燧灘沿岸地域において、郷土食の一つとして受容されてきた「えびちくわ」を対象として、その食文化の特徴を明らかにした。えびちくわは、魚介類のすり身に加えて、ジャコエビや豆腐も原材料に用いた食品であり、一般的な練り物食品とは異なる特徴を有する。恒常的にえびちくわを製造する企業が現在も存在しており、燧灘で漁獲されるジャコエビの減少や原材料費の上昇といった課題に直面しつつも、他の水産加工品の製造・販売も手掛けることで事業を継続し、えびちくわの供給を維持している。消費面では、対象地域において、えびちくわの認知は高いものの、摂食機会はさほど多くはない。ただし、えびちくわを地域の郷土食とみなす意識は非常に強く、食味にも好感を持つ者のほうが多い。今後は、幅広い層において摂食機会を創出することが、えびちくわの認知や消費の維持・向上に結びつくものと考えられる。起源とする地域との関係性が維持されながら、手軽さや汎用性にも富む食品として認知・利用されることにより、えびちくわは地域資源としての価値を保持し、新たな活用にも結びつくことが期待される。

1. はじめに

本稿は、愛媛県東部から香川県西部にかけて広がる瀬戸内海燧灘沿岸地域において、郷土食の一つとして受容されてきた「えびちくわ」(図1)を対象として、その食文化の特徴を明らかにするものである。後述するとおり、えびちくわは近海で漁獲されたジャコエビや豆腐を主原料に製造されており、ちくわとしては全国的にみても稀有な特色を有する。

全国各地には、その地域の自然環境や歴史と深く関係した様々な郷土食が存在する。筆者の一人である淡野はかつて、愛媛県の郷土食の一つである「いずみや(丸ずし)」を対象として、その食文化の歴史や現在の調理・摂食状況、地域資源としての活用可能性について分析した(淡野, 2017; 淡野・丸山, 2022)。本稿



図1 燧灘沿岸地域で製造されるえびちくわ
(2022年7月・淡野撮影)

においても、これらの研究と同様の視点から、えびちくわの食文化に関して調査・分析を行う。本稿に関連する先行研究の詳細については、前出の2文献での記載に譲るとして、ここでは主な注目点や方向性について簡単に整理する。郷土食について、栄養学や調理科学の分野では、特定地域における主だった郷土食の存在とその継承状況を明らかにした西澤（2009）や加藤・和田（2016）などがみられる。また地理学分野においても、中村（2009）をはじめとした九州各県単位での飲食文化の特徴に関する分析が存在する。いずれの研究においても、郷土食は地域の特色を反映したものであり、食育や観光などでの活用が期待されるものでもあることが示されているが、同時にその認知や調理・摂食機会は減少傾向が続いていることも指摘されている。こうした状況は淡野・丸山（2022）で対象としたいずみや（丸ずし）においても同様であったが、栄養面でみた有用性をはじめ、実際に摂食した際の評価は高かったこと、また地域食材の有効活用といった点で、郷土食の継承や活用を講じていくことの重要性がみられた。また、現地調査を通じて得られた、郷土食の製造・調理・摂食状況などの情報を蓄積すること自体が、今後の郷土食のあり方を検討するうえで、さらには地域資源の保全・活用について考察するうえで、重要な記録となりうるということが考えられる。

本稿で取り上げるえびちくわは、ジャコエビやスケトウダラ・イトヨリダイのすり身、豆腐を主原材料とする。この中で、燧灘で漁獲されるジャコエビと呼ばれる小エビは、頭だけ取り除かれ、殻ごとミンチにして練り込まれる。また、えびちくわの原材料の半分程度が豆腐であり、一般的なちくわとは食感が異なる。淡いピンク色をしており、地元では縁起物として贈答品などに使われてきた。えびちくわは、そのまま食することができるのはもちろん、様々な料理に活用することのできる食品であり、栄養面でも良質なタンパク質やカルシウムを豊富に摂取することができる。一方で、各地の多くの郷土食と同様に、その摂食や調理機会は減少している。また、えびちくわに関する記述は、香川県の郷土誌で若干散見されるものの、その製造・流通・消費形態について詳述されたものは管見の限りみられない。

以上をふまえ本稿では、瀬戸内海燧灘沿岸地域におけるえびちくわの製造・流通形態の解明と、消費者の認知・消費度合および嗜好性の把握から、えびちくわの食文化がどのように形成されているのかを明らかにすることを目的とする。なお、本稿でいう燧灘沿岸地域とは、愛媛県東予地域（四国中央市・新居浜市・西条市・今治市・上島町）および香川県西讃地域（観音寺市・三豊市）の6市1町を指す。

本稿の構成とともに研究方法を示す。まず2章では、日本における練り物食品の成立・発展を概括したうえで、えびちくわの成立・発展の背景を、地域漁業との関係性にも着目しながら既存文献の記載をもとに整理する。次に3章では、今日のえびちくわの供給状況について、経営形態、原材料入手、製造工程、流通形態、えびちくわの認知・向上に向けた取り組みを、現地調査をもとに分析する。4章では、えびちくわの消費形態に注目し、研究対象地域に含まれる四国中央市において、食生活の改善や食文化の継承などに取り組む四国中央市食生活改善推進協議会の会員に対するアンケート調査を行い、えびちくわの認知や摂食状況、嗜好などについて分析する。V章でえびちくわの置かれた現況を整理し、郷土食の地域資源としての活用可能性に関する今後に向けた展望を加える。最後に5章で、本稿での分析を通じたえびちくわの食文化の特徴について考察し、全体を総括する。

本稿に関する調査は、2022年7～11月に実施した。

2. 日本における練り物と燧灘沿岸地域におけるえびちくわの歴史

1) 日本における練り物食品の成立と発展

日本において練り物の製造が行われ始めたのは、1115年頃とされる。平安時代の古文書『類聚雑要抄』において、関白右大臣藤原忠実が催した宴席の挿絵に「蒲鉾」の漢字と焼いた練り物が記されている。また『宗五大草紙』（1528年刊）には、「かまぼこはなままず本也。蒲のほをにせたる物なり」との記載があるという。かまぼこの名称の由来は、その形状がガマ（蒲）の穂子に似ていたためとの説や、魚のすり身を竹に付けて焼いた見た目が鉾に似ていたためとの説、鉾にすり身を付けて焼いた説など諸説ある。また、かまぼこが現在のように板に張り付いた形状となる以前、かまぼこは「ちくわ」と呼ばれていたのではないかとの推測もある（清水, 1975）。

紀文食品ウェブページによると、ちくわは大きく2つに分けられる。1つは、「中央部に濃い焼き色がついて端は白く、主に生食に用いられる『生ちくわ』」である。「現在の『生ちくわ』の原型は、江戸時代の末期、吉田（現在の豊橋）の人たちが現地の製法を習い、伊勢湾産のエソやトビウオで作りはじめた」ことが生ちくわの起源であるといわれている。もう1つは、「巻きつけたすり身をぼたん状の膨らみを付けながら焼き上げて作り、主に煮物やおでん種として用いられる『焼ちくわ』」の2つである。「現在の『焼ちくわ』の原型は、1882年頃に宮城県気仙沼市の水産業者が作りはじめたといわれている」。

2) 燧灘沿岸地域におけるえびちくわの起源と地域漁業

えびちくわの起源は諸説あるが、どの説が有力かは定かではない。明治初期、後述する企業④の創業者が、獲れすぎたエビの扱いに困ったためにエビを包丁の背でたたきつぶし、小魚のすり身と豆腐を混ぜ、竹串に刺して焼いたのが始まりとする説がある（愛媛新聞、2006）。また、エビ漁が盛んな伊予三島の土地柄を利用し、企業③の元経営者がすり身にエビを混ぜたえびちくわを誕生させたとの説もある。他にも、企業⑥での聞き取りによれば、エビが香川県の前浜で多く水揚げされたため、地元の蒲鉾屋が商品作りを行ったことが起源ではないかとする説もある。

こうしたエビ類の豊富な漁獲には、沿岸部から遠浅の砂浜海岸が形成され、エビ・カニ類や貝類などの生息に適した砂泥質の海底が広がる燧灘の自然条件が関係している。燧灘では他にも、イワシやタイ、カレイなどの漁獲も多く、これらを利用した水産加工業も次第に発達した（川之江市誌編さん会編、1984）。

市町村史などからえびちくわおよびエビの漁獲・加工に関する記載をみると、愛媛県西条市においては、遠浅の砂泥に生息するエビ・カニ類をはじめとする魚介類やノリを獲る漁家が江戸期から存在したほか、こうした水産物を売り歩く行商人も1960年代初頭まで存在した【1】（西條市、1966）（図2）。また昭和初期には、東予市（現、西条市）の一部地域において、クルマエビの養殖を行う動きもみられた【2】（東予市誌編さん委員会、1987）。愛媛県伊予三島市（現、四国中央市）の寒川地区は、大正期以降に鉾石の積出港として栄えたが、イワシやチヌ、エビなどの漁獲や、これらを用いたかまぼこ、煮干し、干しえびなどへの水産加工業も次第に盛んとなった【3】（伊予三島市

史編纂委員会、1986）。

一方、香川県観音寺市においては、えびてつ、えびせんべい、えびちくわ、皮むき乾えびなどのエビ加工品が主要な水産加工品であった。1910年代～1940年代半ばにかけては、9月下旬から約3ヵ月間、山口・福岡・大分各県の漁場に出漁してエビ類やハモを漁獲し、とくにジャコエビの漁獲が目立ったという。また1985年頃の漁法は小型機船底曳網であった。水産加工においては、1960年代頃までは東シナ海で漁獲されるグチなどを、それ以降は北洋で漁獲されるスケトウダラの冷凍すり身を、それぞれ原材料に含めながらエビ加工品が製造された。一方、1885年頃に、大阪府で豆腐製造技術を習得した者が当地に帰参して豆腐作りを始めたとの話もあり、えびちくわの原材料に豆腐が用いられた一因となった可能性がある。また当初、えびちくわの製造手法は出刃庖丁でたたきつぶす方法であったが、日露戦争以後から手動ミンチ機器が使用されるようになり、その後に電動式のものを利用されるようになった【4】（観音寺市誌増補改訂版編集委員会、1985）。

香川県豊浜町（現、観音寺市）においては、冬から春先を中心にほぼ周年的に、ジャコエビが豊富に漁獲されていた。ただし、第二次世界大戦後、燧灘での過度の漁獲行為の影響からか、1960年代頃になるとエビ・カニ類などの減少も懸念されるようになった【5】（豊浜町誌編集委員会、1974；新修豊浜町誌編さん委員会、1995）。また香川県大野原町においても、年間を通して底曳網漁によってジャコエビやカレイ、カニが漁獲され、行商人が売り歩いたとする記録がある【6】（新修大野原町誌編さん委員会、2005）。香川県詫間町（現、三豊市）においてもエビ類の漁獲や干しえびへの加工などが盛んであったことがうかがえる【7】（詫間町誌編集委員会、1971）。

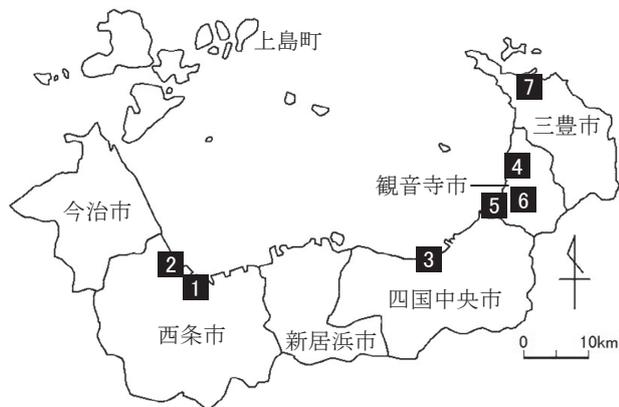


図2 燧灘沿岸地域におけるえびちくわおよびエビの漁獲・加工に関する記載

（各地域の市町村史により作成）

図中の番号は本文の【数字】と一致する。

3. 燧灘沿岸地域におけるえびちくわ産業の特徴

1) えびちくわの製造企業

現在、えびちくわを製造している企業は、愛媛県に4社、香川県に6社の計10社である（図3）。ここではまず、各企業のウェブページなどの情報から、各社を概観する。

まず、企業①は愛媛県西条市に立地し、1957年に創業した。主な商品のかまぼこ、えびちくわ、天ぷら¹⁾、すまきなどである。石鎚連峰からもたらされる豊富な水を用い、良質なスケトウダラを100%使用した蒲鉾が好評である。企業②は新居浜市に立地し、1920年に創業した。主な商品は、えびちくわ、えび天、じゃこてんぷらなどである。材料の選択を重視し、社員自ら市場に出向き、全ての原材料を直接漁業者か

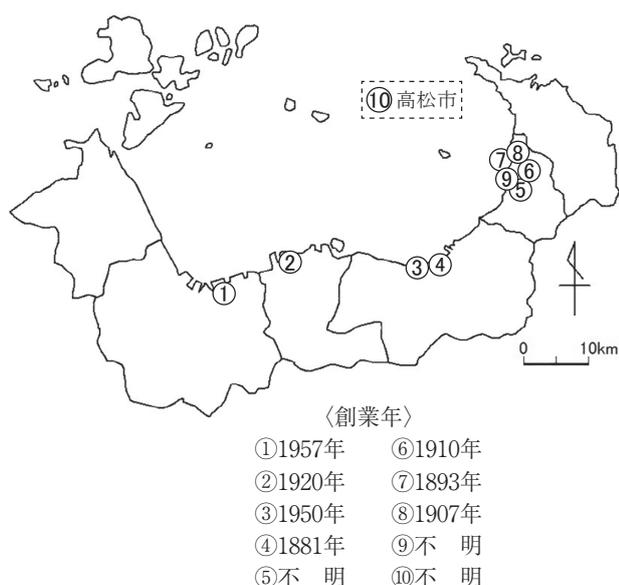


図3 えびちくわ製造企業の分布（2022年）
（各企業のウェブページにより作成）

ら仕入れている。企業③は四国中央市に立地し、1950年に創業した。新鮮な瀬戸内の魚介類を使ったえびちくわをはじめとするちくわやかまぼこ、天ぷらを自社の工場で製造している。企業④も四国中央市に立地し、1881年に創業した。主な商品はえびちくわ、鯛ちくわ、じゃこ天などである。創業120年以上の伝統を活かした昔ながらの味を守り続けている。

一方、香川県の製造企業の大部分は観音寺市に集中している。企業⑤の創業年は不明であるが、主にかまぼこの販売を手掛けている。企業⑥は1910年に創業し、主な商品はえび天、すまき、天ぷらなどである。エビをミンチ状に練ってから揚げるえび天が好評である。企業⑦は1893年に創業し、主な商品はちくわやかまぼこなどである。かまぼこにはグチ、エソ、タラ、ハモなどに加え、瀬戸内海の新鮮な生魚も原材料とし、素材本来の旨味と風味を特徴としている。企業⑧は1907年に創業し、主な商品はえびちくわなどのちくわ類や揚げかまぼこである。上質のすり身を昔ながらの石臼で丁寧に練り上げることを創業以来続けている。企業⑨も観音寺市に立地するが、創業年や販売商品に関する詳細は不明である。企業⑩は高松市に立地し、創業年は不明である。主な商品は天ぷらやかまぼこなどである。お試しセットやギフトセットなど、豊富な商品を楽しんでもらえるよう、様々な商品を詰めたセット商品を多数販売している。

次節では、えびちくわを周年供給する企業であり、調査協力を得られた四国中央市の企業③のA社と、観音寺市の企業⑥のF社の2社を事例として、えびちくわ製造企業のより詳細な特徴について分析する。

2) 愛媛県四国中央市のA社の事例

(1) A社の沿革

A社は、JR伊予三島駅から西方3kmほどの四国中央市江之元地区に立地する。2章で触れた寒川港（江之元港）が地区近隣に存在したため、同地区では漁業や水産加工業が早くから栄えた。愛媛県史編さん委員会（1983）によれば、1981年時点での世帯数は300戸超で、このうち農業従事者の世帯が7戸のみであったのに対し、漁業従事者の世帯は66戸に上ったほか、かつて漁業に従事した者のいる世帯は別に40戸ほど存在するなど、漁業が盛んな地区であった。

A社は現経営者の父によって、1950年に創業された。経営者の祖父は漁師を、祖母はちくわづくりをしていたが、父は漁師を継がず、ちくわ製造専門となった。製造物を最寄りの寒川駅まで運んだうえで常温の容器に入れ、日帰りができる範囲で行人に販売を委託した。これは、エビそのものよりも、加工品としての販売のほうが容易であったためである。A社創業時には、江之元地区のみで10軒ほどえびちくわを製造する事業所が存在していたが、現在はA社と企業④の2軒のみである。経営者の娘で専務を務めるm氏によると、えびちくわ製造企業の減少は、後継者の不在や、練り物の需要全般の減少が主な要因であり、1970年前後の地区内のえびちくわ製造企業はすでに3軒にまで減少していた。

現在、A社では午前中に商品の製造、午後に出荷業務を行っている。えびちくわの賞味期限は6日間であるため、年中ほぼ休みなく出荷されている。また工場に隣接する店舗での販売も行われている。A社全体の売上のうち、えびちくわが占める割合は2割ほどである。

(2) 原材料の入手

えびちくわの原材料となるのはスケトウダラのすり身、絞り豆腐、ジャコエビの主に3つである。まずスケトウダラのすり身については、主に香川県の商社を介し、海外産のものを調達している。この理由は供給量が安定していることであるが、一部は北海道産のものも使用する。近年、すり身の原材料となる魚の漁獲量が減少しているほか、ヨーロッパなどでのフィレ需要の増加や円安によって、すり身の価格は上昇している。2021年の仕入れ値はえびちくわ製造最盛期と比較し、約2倍に高騰している。

次に絞り豆腐（図4）について、かつては外注していたが、A社への納品時間帯が昼頃と遅く、豆腐が届くまではえびちくわの製造を開始できないため、豆腐の自社製造に転換した。この詳細な時期は不明である。絞り豆腐の製造はまず、冬季は前日午後より、夏季は17～18時頃より、冷水を用いて大豆の浸漬作業から開始する。豆腐自体の製造は翌日の午前7時前よ



図4 A社で製造・使用する絞り豆腐
(2022年7月・石水撮影)



図5 A社でのえびちくわの焼成工程
(2022年7月・石水撮影)

り開始する。この作業は、えびちくわを製造する工場に隣接する、通常は蒸し物を製造する工場を用いて行う。豆腐製造は週2回行われ、1回につき150～200kgの大豆を用いる。木綿豆腐に仕上げた後に崩して水分を絞り、円形状に加工したものは、1個あたり10kg程度となり、冷蔵で4～5日保存可能である。なお、豆腐製造によって産出されるおからについては、2021年までは家畜用の飼料原料や堆肥原料としていたが、法律の変更により不可能となった。このため、現在は1回の豆腐製造あたり150kg程度産出されるおからを焼却場に持参して処理しているが、この費用に2,000～2,500円を要している。おからそのものの商品化を約10年前から検討しているものの、実現には至っていない。

最後に、ジャコエビの使用量は年2t超である。現在はA社の近隣に住む親族を介してジャコエビを入手し、頭を除去した状態で冷凍保管されたものを主に使用する。また、6～8月にかけては自社においても漁獲している。ジャコエビは珍味の材料で使用される小エビと同じ程度の大きさであり、風味や栄養価の向上のために殻付きのものを原材料としている。エビの頭部は目や脳みそが原材料として不適であるため使用していないが、エビの漁獲量の減少や価格の上昇傾向が続いているため、原材料に用いることができないか、検討されている。

(3) 製造・出荷工程

A社が製造するえびちくわ商品は、かつては5品目、現在は4品目存在し、1日あたりの製造量は約1,500本である。商品の違いは、商品自体の大きさ、原材料に占めるエビの割合、食感、他のちくわ製品の販売価格を加味したことに由来する。

えびちくわの製造には、主に5つの工程がある。それらは、すり身の解凍、すり身を細かく砕く搗潰、原材料の混合、成形・焼成(図5)、冷却である。そのうえで、検品・仮取、包装、出荷という流れに至る。

えびちくわの主な出荷先は、大手食品卸売企業のa社を介したスーパーやドラッグストア、愛媛県を中心に店舗展開するスーパーのb社、岡山県を地盤とするスーパーのc社、九州・中四国地方を中心に店舗展開するドラッグストアのd社である。毎日12時頃、運送会社がA社に商品の集荷に訪れ、配送センターを経由して翌日には各社の小売店舗に並ぶ。また、コンビニのe社150～200店舗にも、真空パック入りの商品を出荷している。とくにb社との取引は長く、A社近辺にb社の店舗ができた際から出荷していた。d社との取引は、a社からの問い合わせがきっかけであった。また愛媛県も地域の食材をPRする上でえびちくわを対象商品の1つに取り入れており、県外での愛媛県フェアの際に商品の情報提供を行っている。

現在、スーパーに出荷するえびちくわ商品は3種類存在し、このうち2種類が定番商品である。一つは「昔ながら」を強調した商品であり、ジャコエビを多く使用し、ジャリジャリとした食感が特徴である。もう一つは、「特撰」が商品名に付され、豆腐を多く使用し、ふわふわした食感に仕上げた商品である。また過去には、高速道路の豊浜サービスエリアでの出店を皮切りに、四国地方での高速道路の延伸に合わせてサービスエリアなどへの出店を行い、最大で9店舗を展開した。現在は豊浜サービスエリアのみの出店となっている。

えびちくわをはじめとする練り物全般については、ほぼ年中無休で自社内の店舗販売も行い、近隣住民を

中心に月1,000人ほどが来店する。こうした客層は、中元・歳暮用に練り物を購入する場合もある。通常月の売上は150万円ほどであるが、中元・歳暮の時期にはこの4～5倍となる。ただし、中元・歳暮の需要自体は減少傾向にある。またインターネット販売も展開しているものの、販売量は月10万円にも満たない。えびちくわ自体の認知が低いいため、検索によって表示されづらい上、ちくわは安価との認識が消費者に根付いてしまっていることから、そもそもネット通販でのちくわの需要が少ない傾向にあるとm氏は考えている。このため、まずは固有の商品としての「えびちくわ」の認知度向上が企図されている。このことは商品の販売・PR方法の変化にも繋がっている。現経営者が営業の中心であった頃は、近隣地域のみでの販売を主としていたが、次第に需要が減少してしまった。このためA社としては、創業時の原点である地物の利用や長年に渡る製造・消費という理念を重視しつつ、認知度の向上も同時に目指す方策を展開しようとしている。

一方、A社の売上の8割はえびちくわ以外の商品であり、その内訳は18種類の天ぷら商品、7種類のちくわ商品、6種類のかまぼこ商品、7種類の四国の郷土食品、1種類の半加工商品であり、これらを店舗や出荷先、オンラインショップにて販売している。A社では、多種多様な商品供給によって事業を継続し、こうした中でえびちくわの製造が継続されている。

(4) 消費や認知の維持・拡大に向けた取り組み

えびちくわの認知・消費の拡大に向けて、A社では「まずは1人でも多くの人に知ってもらい、食べてもらう」ことを目標に、大きく以下の3つの取り組みを行っている。第一に、自社ウェブサイトのほか、FacebookやX(旧Twitter)をはじめとしたSNSでの情報発信において、商品やえびちくわの原材料の紹介を写真とともに投稿し続けている。第二に、若年層への認知・普及活動がある。m氏独自の調査によれば、A社近隣の小中学生のうち、えびちくわを食べたことのある者は3分の1ほどしかいなかったことから、学校給食で提供できないかと考え、長らくの交渉の結果、2022年度より学校給食にえびちくわが採用された。

第三に、2021年6月に行ったクラウドファンディングがある。これには、新型コロナウイルスの影響によって取引先からの注文が激減する中、えびちくわの食文化を守り、需要拡大を図りたいという目的があった。広告企業を介してプレスリリースをかけたところ、新聞などに掲載されたこともあって、目標金額20万円に対し、約40日間で100人の支援者から43万円以上の支援があった(図6)。あくまでもえびちくわの認知向上が目的であったため、集まった資金はほぼ全



図6 A社が2021年に実施したクラウドファンディング(CAMPFIRE ウェブページより部分転載)

て返礼品の還元に当てたことから、大きな利益や設備投資につながったわけではないが、一部はえびちくわを使用した新商品の開発や今後のPR費用にも使用されている。

3) 香川県観音寺市のF社の事例

(1) F社の沿革

F社は香川県観音寺市加茂田区において、創業者とその父によって1910年に設立された。現在、瀬戸内海の新鮮な魚介類や良質なすり身を使用し、かまぼこ12種類、ちくわ6種類、天ぷら11種類の計29種類を製造・販売している。F社では社員45人のうち、4人がえびちくわの製造を担当する。ただし、エビを原材料とした商品について、図3でもみた観音寺市に集積するえびちくわ製造企業では、えび天やすまきの製造が主となっているため、F社におけるえびちくわの製造量は全商品の1%程度に過ぎず、1日換算の製造量は150本程度である。そのため、前出の4人はえびちくわ以外の製造も兼任している。

(2) 原材料の入手

えびちくわの原材料となるのはスケトウダラとイトヨリダイのすり身、絞り豆腐、ジャコエビの主に3つである。スケトウダラのすり身はアメリカ、北海道産、イトヨリダイはタイ産である。絞り豆腐は業者に外注し、毎日平均50kgほどを冷蔵状態で仕入れたうえで、約-23℃の冷凍庫で保管する。

ジャコエビは、外部業者から1回につき200kgを調達するほか、6～8月にはF社でも瀬戸内海で漁獲する(図7)。入手したジャコエビをその日のうちに手作業で1匹ずつ頭を除去し、すり身にしてから冷凍保管する。F社では地元のジャコエビを使用することを重視しているが、海洋環境の変化により、ジャコエ



図7 F社のえびちくわの原材料となるジャコエビ
(2022年9月・石水撮影)

びの漁獲量が少なくなっていることが課題となっている。

(3) 製造・出荷工程

F社におけるえびちくわの製造工程では、まず、すり身を搗潰の際に使用するサイレントカッターの刃が傷まない程度の0℃になるまで解凍する。搗潰作業では、すり身を砕きながら塩や澱粉などを少量加える。塩などの投入のタイミングを誤るとすり身に粘りがなくなり、ポロポロしてしまう。次に、摩擦熱で温度が上昇しないように氷を加えながら、すり身をさらに石臼で混ぜる。15～20分後、ミンチ状態にした絞豆腐を全体の半量投入する。さらに残り半分の絞豆腐とジャコエビを殻ごとミートチョッパーでミンチ状態にしたものを加え、1時間半ほどで生地が完成する(図8)。



図8 F社におけるえびちくわの混合工程
(2022年9月・石水撮影)

焼成作業では、まず生地を点棒に巻き付け成形し、練り物の弾力を出すために「坐り(すわり)」という生地を寝かせる工程を経たうえで、10～15分間、点棒を軸に回転させて焼成する。この際、皮が膨らみすぎて裂けないように、表面に小さい穴を空ける。焼成後、10℃以下を目安にただちに冷却する。

F社では、えびちくわを含め、商品製造の大部分が機械化され、製造工程の温度管理や時間経過に関する大まかな基準も存在する。しかし、季節の変化や毎日の気候条件によって原材料の物性には差異が生じるため、上記の基準にとらわれず、これらを判断できる技術や見識をもった社員の育成が重視されている。

F社ではあらかじめ想定販売数よりも多めにえびちくわを製造しておき、取引先から要望があった際に包装し、速やかに出荷できる体制をとっている。F社のえびちくわの出荷先は、香川県内のうどん店が約3割、近隣の個人卸売業者が約3割、スーパーなどへの卸業者が約4割、その他自社敷地内での直売店での販売などである。

(4) 消費や認知の維持・拡大に向けた取り組み

えびちくわなどの練り物製品の消費・認知の向上のため、F社は主に3つの取り組みを行っている。第一に、製造したばかりの商品を自社敷地内の直売店で販売する方法である。開始当初こそ客足が少なかったものの、地元住民の口コミや、お土産やギフトとしての認知度も高まるなど、客足は増加傾向にある。第二に、小学生向けの社会科見学の機会として工場見学を実施し、商品の製造過程を見たり、商品を試食してもらったりすることで、練り物に対して親しみを持ってもらえるように努めている。第三に、練り物の非常食としてのニーズ向上である。救援物資が届くまでの間、練り物は火も電気も水も不要で食べることができる。練り物が日常的に食卓に取り入れられることでローリングストックとして備蓄されるよう、F社は啓発活動を通じた新たなニーズの開拓を企図している。

4. 燧灘沿岸地域におけるえびちくわの消費形態

1) 四国中央市食生活改善推進協議会へのアンケート調査の内容

2022年10～11月にかけて、四国中央市食生活改善推進協議会の協力を得て、会員382人に対しえびちくわに関するアンケート調査を実施し、267人より回答を得た(有効回答率69.9%)。回答者に対する調査項目は、所属支部・性別・年齢、結婚などにより元々の出身地から現在の住所へ移転したかの有無(移転した場合は元々の出身地とえびちくわを知っていたかどうかの記述)、えびちくわの認識・購入の有無、過去1年間のえびちくわの購入頻度、今から10年前と

比較したえびちくわの購入頻度の増減、えびちくわの摂食方法、えびちくわの原材料であるジャコエビと豆腐に関する知識、えびちくわのイメージ、今後のえびちくわの購入意志などである。また、えびちくわの原材料に豆腐が用いられている理由・これまでの食事の中でえびちくわに関する記憶や思い出、えびちくわを調理する際のレシピを記述式の項目として設置した。回答者の性別は男性46人、女性215人、不明6人、年齢幅は不明の11人を除いて43～92歳、その平均と標準偏差は73.9±6.6歳であった。一部の分析に際しては、t検定(有意水準1%)を行った。

2) 回答結果の概要

アンケートの主要な質問項目に対する結果は表1の通りである。まず、えびちくわの認知と購入有無については、「知っていて、購入したことがある」が260人(98.9%)、「知っているが、購入したことがない」が3人(1.1%)となり、「知らない」者はいなかった。次に、直近1年間のえびちくわの購入頻度では、「ほぼ毎日」は1人(0.4%)、「1週間に1～2回くらい」は18人(6.9%)、「1カ月に2～3回くらい」は66人(25.3%)、「1カ月に1回くらい」は51人(19.5%)、「2～3か月に1回くらい」は48人(18.4%)、「1年に1～2回くらい」は61人(23.4%)、「買ったことはない」は16人(6.1%)となり、回答者の93.9%はえびちくわを購入したことがあった。10年前と比較したえびちくわの購入頻度の変化を尋ねた結果、「増えた」は33人(12.6%)、「減った」は76人(29.0%)、「変わらない」は136人(51.9%)、「買ったことはない」は17人(6.5%)となった。

えびちくわの摂食手法(複数回答可)については、「何もつけずに食べる」が205人(79.5%)ととくに多く、「わさび醤油につけて食べる」が66人(25.6%)などと続いた。また、えびちくわの原材料について、ジャコエビが燧灘沿岸地域で水揚げされることを知っているかを尋ねた結果、「知っていた」は224人(86.2%)、「知らなかった」は36人(13.8%)となった。一方、え

表1 四国中央市食生活改善推進協議会の会員におけるえびちくわの消費・認知状況(2022年)

| | 男性(人) | 女性(人) | 不明(人) | 計(人) |
|-------------------------------|-----------|------------|-----------|------------|
| a) えびちくわの認知と購入有無 | | | | |
| 「知っていて、購入したことがある」 | 45 (97.8) | 210 (99.1) | 5 (100.0) | 260 (98.9) |
| 「知っているが、購入したことがない」 | 1 (2.2) | 2 (0.9) | 0 (0.0) | 3 (1.1) |
| 「知らない」 | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| b) 直近1年間のえびちくわの購入頻度 | | | | |
| 「ほぼ毎日」 | 0 (0.0) | 1 (0.5) | 0 (0.0) | 1 (0.4) |
| 「1週間に1～2回くらい」 | 5 (11.1) | 13 (6.1) | 0 (0.0) | 18 (6.9) |
| 「1カ月に2～3回くらい」 | 12 (26.7) | 53 (25.0) | 1 (25.0) | 66 (25.3) |
| 「1カ月に1回くらい」 | 6 (13.3) | 44 (20.8) | 1 (25.0) | 51 (19.5) |
| 「2～3か月に1回くらい」 | 5 (11.1) | 43 (20.3) | 0 (0.0) | 48 (18.4) |
| 「1年に1～2回くらい」 | 15 (33.3) | 44 (20.8) | 2 (50.0) | 61 (23.4) |
| 「買ったことはない」 | 2 (4.4) | 14 (6.6) | 0 (0.0) | 16 (6.1) |
| c) 10年前と比較したえびちくわの購入頻度の変化 | | | | |
| 「増えた」 | 6 (13.0) | 27 (12.8) | 0 (0.0) | 33 (12.6) |
| 「減った」 | 16 (34.8) | 59 (28.0) | 1 (20.0) | 76 (29.0) |
| 「変わらない」 | 21 (45.7) | 111 (52.6) | 4 (80.0) | 136 (51.9) |
| 「買ったことはない」 | 3 (6.5) | 14 (6.6) | 0 (0.0) | 17 (6.5) |
| d) えびちくわの摂食手法(複数回答可) | | | | |
| 「何もつけずに食べる」 | 33 (73.3) | 167 (80.7) | 5 (83.3) | 205 (79.5) |
| 「わさび醤油につけて食べる」 | 14 (31.1) | 51 (24.6) | 1 (16.7) | 66 (25.6) |
| 「大根おろしをそえて食べる」 | 5 (11.1) | 32 (15.5) | 0 (0.0) | 37 (14.3) |
| 「マヨネーズをつけて食べる」 | 5 (11.1) | 28 (13.5) | 1 (16.7) | 34 (13.2) |
| 「おでんの具材として食べる」 | 10 (22.2) | 17 (8.2) | 1 (16.7) | 28 (10.9) |
| 「うどんなど麺類の具材として食べる」 | 15 (33.3) | 40 (19.3) | 1 (16.7) | 56 (21.7) |
| 「味噌汁の具材として食べる」 | 3 (6.7) | 7 (3.4) | 0 (0.0) | 10 (3.9) |
| 「おせち料理の具材として食べる」 | 5 (11.1) | 11 (5.3) | 1 (16.7) | 17 (6.6) |
| e) ジャコエビが燧灘沿岸地域で水揚げされることの認知有無 | | | | |
| 「知っていた」 | 39 (84.8) | 180 (86.5) | 5 (83.3) | 224 (86.2) |
| 「知らなかった」 | 7 (15.2) | 28 (13.5) | 1 (16.7) | 36 (13.8) |
| f) えびちくわに豆腐が用いられることの認知有無 | | | | |
| 「知っていた」 | 27 (58.7) | 143 (68.8) | 5 (83.3) | 175 (67.3) |
| 「知らなかった」 | 19 (41.3) | 65 (31.2) | 1 (16.7) | 85 (32.7) |
| g) えびちくわとえびのどちらをよく食べるか | | | | |
| 「えびちくわ」 | 20 (43.5) | 118 (57.6) | 3 (50.0) | 141 (54.9) |
| 「えび天」 | 14 (30.4) | 45 (22.0) | 2 (33.3) | 61 (23.7) |
| 「同じくらい」 | 11 (23.9) | 32 (15.6) | 1 (16.7) | 44 (17.1) |
| 「どちらも食べない」 | 1 (2.2) | 10 (4.9) | 0 (0.0) | 11 (4.3) |
| h) えびちくわに対するイメージ | | | | |
| 「定番」 | 4 (8.7) | 45 (21.4) | 0 (0.0) | 49 (18.7) |
| 「伝統がある」 | 15 (32.6) | 73 (34.8) | 1 (16.7) | 89 (34.0) |
| 「地域の郷土食」 | 38 (82.6) | 159 (75.7) | 5 (83.3) | 202 (77.1) |
| 「親しみやすい」 | 12 (26.1) | 49 (23.3) | 0 (0.0) | 61 (23.3) |
| 「信頼できる」 | 9 (19.6) | 44 (21.0) | 1 (16.7) | 54 (20.6) |
| 「チラシ(広告)をよく見る」 | 1 (2.2) | 19 (9.0) | 1 (16.7) | 21 (8.0) |
| 「品質が良い」 | 9 (19.6) | 46 (21.9) | 2 (33.3) | 57 (21.8) |
| 「個性的」 | 5 (10.9) | 16 (7.6) | 1 (16.7) | 22 (8.4) |
| 「高級」 | 3 (6.5) | 16 (7.6) | 2 (33.3) | 21 (8.0) |
| 「安っぽい」 | 1 (2.2) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (0.4) |
| 「古臭い」 | 0 (0.0) | 1 (0.5) | 0 (0.0) | 1 (0.4) |
| 「おいしい」 | 24 (52.2) | 94 (44.8) | 4 (66.7) | 122 (46.6) |
| 「おいしくない」 | 2 (4.3) | 2 (1.0) | 0 (0.0) | 4 (1.5) |
| 「子供向け」 | 0 (0.0) | 3 (1.4) | 0 (0.0) | 3 (1.1) |
| 「若者向け」 | 0 (0.0) | 4 (1.9) | 0 (0.0) | 4 (1.5) |
| 「大人向け」 | 7 (15.2) | 65 (31.0) | 4 (66.7) | 76 (29.0) |
| i) 今後のえびちくわの購入と摂食意志 | | | | |
| 「自分の意志で購入して、食べたい」 | 27 (60.0) | 141 (68.4) | 4 (80.0) | 172 (67.2) |
| 「食べたいが、自分で購入するほどではない」 | 17 (37.8) | 61 (29.6) | 1 (20.0) | 79 (30.9) |
| 「食べたくない」 | 1 (2.2) | 4 (1.9) | 0 (0.0) | 5 (2.0) |

(アンケート調査により作成)

びちくわに豆腐も用いられることについては、「知っていた」は175人(67.3%)、「知らなかった」は85人(32.7%)となった。

えびちくわに対するイメージを16項目の中から複数回答で問うたところ、回答の多い順に「地域の

郷土食」が202人(77.1%)、「おいしい」が122人(46.6%)、「伝統がある」が89人(34.0%)、「親しみやすい」が61人(23.3%)、「品質が良い」が57人(21.8%)、「信頼できる」が54人(20.6%)、「定番」が49人(18.7%)などとなり、好印象を示す項目が目立った。今後もえびちくわを食べたいかについては、「自分の意志で購入して、食べたい」は172人(67.2%)、「食べたいが、自分で購入するほどではない」は79人(30.9%)、「食べたくない」は5人(2.0%)となった。

3) 回答属性別にみたえびちくわに対する意識・消費行動

(1) えびちくわの購入頻度にみる傾向

まず、年齢別にみたえびちくわの購入頻度について、回答者を74歳以下と75歳以上の2群に分けて分析したところ74歳以下(128人)での最多は「1年に1~2回くらい」の36人(28.1%)、75歳以上(122人)での最多は「2~3か月に1回くらい」の36人(28.8%)となった。さらに、「1ヵ月に1回くらい」以上の頻度でえびちくわを購入する割合を比較すると、74歳以下は56人(43.8%)、75歳以上は77人(61.6%)となり、75歳以上によるえびちくわの購入頻度が有意に高かった。

次に、えびちくわの購入頻度が「月1回以上」と「月1回未満」の2群に分け、「えびちくわの購入機会の増減」、「原材料の豆腐の有無の認識」、「えびちくわのイメージ」、「今後のえびちくわの購入意志」の4つの指標から分析した。「えびちくわの購入機会の増減」では、月1回以上の群で増えた者は25人(18.5%)、減った者は35人(25.9%)、変わらない者は75人(55.6%)であった一方、月1回未満の群では増えた者は8人(6.5%)、減った者は39人(31.5%)、変わらない者は61人(49.2%)であり、購入頻度が増えた者が月1回以上の群で有意に高かった。

原材料のジャコエビが燧灘沿岸地域で水揚げされることへの認識については、月1回以上の群が117人(89.3%)、月1回未満の群が105人(85.4%)と、ほとんど差はなかった。しかし、豆腐が使用されることへの認識については、月1回以上の群が100人(76.3%)に対して月1回未満の群は73人(59.3%)となり、前者が有意に高くなった。「えびちくわのイメージ」をみると、いずれの群でも「地域の郷土食」との意識が最も多くみられた(表2)。一方で顕著な差がみられたのが「おいしい」の回答数であり、「親しみやすい」や「信頼できる」、「定番」といった選択肢とあわせて、月1回以上の群での回答数が有意に高かった。

表2 えびちくわの購入頻度別にみたイメージ (人・%)

| イメージ | 月1回以上 | 月1回未満 |
|---------|-----------|-----------|
| 地域の郷土食 | 98 (73.7) | 99 (80.5) |
| おいしい | 80 (60.2) | 41 (33.3) |
| 伝統がある | 49 (36.8) | 39 (31.7) |
| 親しみやすい | 43 (32.3) | 18 (14.6) |
| 信頼できる | 39 (29.3) | 15 (12.2) |
| 大人向け | 37 (27.8) | 38 (30.9) |
| 定番 | 35 (26.3) | 14 (11.4) |
| 品質が良い | 33 (24.8) | 23 (18.7) |
| 個性的 | 10 (7.5) | 11 (8.9) |
| 高級 | 9 (6.8) | 12 (9.8) |
| 広告をよく見る | 8 (6.9) | 13 (10.6) |

(アンケート調査により作成)

「月1回以上」の群の回答数が多い順とし、いずれかの群で10人以上の回答があったイメージのみを記載した。

最後に、「今後のえびちくわの購入意志」について、月1回以上の群では「自分の意志で購入して、食べたい」が114人(86.4%)、「食べたいが、自分で購入するほどではない」が18人(13.6%)であった一方、月1回未満の群では「自分の意志で購入して、食べたい」が57人(47.5%)、「食べたいが、自分で購入するほどではない」が58人(48.3%)などとなり、月1回以上の群の今後の購入意志が有意に高かった。

(2) えびちくわに関する自由記述にみられる特徴

まず、これまでのえびちくわの摂食機会に関する記述として、「父親が大好きでした」(65歳・女性)や「亡くなった母が好きでよく煮物にして食べていたのがなつかしい」(67歳・女性)、「小・中学の頃は、「おやつ」としてもよく食べていた」(73歳・男性)といった、自身が若年の頃からえびちくわが食卓に上っていたことを示したものが複数存在した。また、「子どもの頃は嫌いでしたが、年を重ねるごとに、何となく食べたくなりました」(75歳・女性)のように、過去の摂食機会が現在の摂食に結びついている例も存在した。

えびちくわの食味や食べ方に関しては、「そのまま食べている。味が独特なので、調味料等で味付けをしたくない」(72歳・女性)や「手軽に食べられる」(49歳・女性)のように、手間をかけずにえびちくわそのものを味わう摂食方法が目立った。また、「だんだんとエビの量が少なくなって豆腐が多くなったと感じる」(71歳・男性)や「子供のころは食感がガジガジしていてきらいでした。今はそのころに比べてエビが少ないように思う」(74歳・女性)のように、原材料や味わいの変化を感じる意見も存在した。一方、えびちくわのイメージとして「おいしい」を選択しなかった者からは、「パサパサで食感が悪い様な気がする」(73歳・男性)や「特別おいしくは感じなくなりました」(78歳・女性)といった回答があった。

贈答用としての需要や意識に関する記述もみられ、「お世話になった山梨県の方に送って大変喜ばれました」(66歳・女性)や「大阪の親せきに送ると大好評」(75歳・女性)、「自宅用にはあまり購入していませんが地元の特産品として愛媛以外の方に進物用として購入しました」(71歳・女性)といった回答があった。

5. おわりに

本稿は、愛媛県東部から香川県西部にかけて広がる瀬戸内海燧灘沿岸地域において、郷土食の一つとして受容されてきた「えびちくわ」を対象として、その食文化の特徴を明らかにした。えびちくわは、魚介類のすり身に加えて、燧灘で豊富に漁獲されるジャコエビや豆腐も原材料に用いて製造されることで成立した食品であり、今日でもこの特徴は維持されている。エビの風味や豆腐の食感が加わることで、えびちくわの食味は一般的な練り物食品とは異なる特徴的なものとなっている。

社会的な練り物消費の減少傾向を背景として、えびちくわを製造する企業も減少しているが、恒常的にえびちくわを製造する企業は現在も存在する。こうした企業では、燧灘で漁獲されるジャコエビの減少や原材料費の上昇といった課題に直面しつつも、他の水産加工品の製造・販売も手掛けることで事業を継続し、えびちくわの供給を維持している。えびちくわの認知や摂食機会は、燧灘沿岸地域においても次第に減少しているが、A社が実施したクラウドファンディングの成果にみられるように、地域の特徴ある郷土食として関心が寄せられる可能性もある。

四国中央市食生活改善推進協議会での調査からは、えびちくわの認知は高いものの、摂食機会はさほど多くはない消費形態がみられた。ただし、えびちくわを地域の郷土食とみなす意識は非常に強く、食味にも好感を持つ者のほうが多かった。今後は、こうした層における摂食機会を維持するとともに、若年層の摂食機会を創出することが、えびちくわの認知や消費の維持・向上に結びつくものと考えられる。

最後に、上記をふまえて、えびちくわの地域資源としての活用についても簡単に展望したい。えびちくわに用いられる原材料やその食味は、長らく受け継がれてきた形態がおおむね維持されており、地域の自然環境や生活環境に根差した食品としての特徴を有している。また、調理することなくそのまま摂食する方法がかつてより継続されてきたことは、えびちくわを初めて認知した者が、手軽にかつ迅速に、そして元来食されてきた方法でえびちくわを摂食できることにもつながる。一方で、えびちくわの鮮やかな色合いは、様々な料理において彩りを加える要素ともなりうる。起源

とする地域との関係性が維持されながら、手軽さや汎用性にも富む食品として認知・利用されることにより、えびちくわは地域資源としての価値を保持し、新たな活用にも結びつくことが期待される。

付記

本稿の執筆に際して、えびちくわ製造企業のA社・F社の方々や四国中央市食生活改善推進協議会の皆様より調査へのご協力を賜りました。記して厚く御礼申し上げます。

本稿は、執筆者のうち石水が2023年1月に愛媛大学社会共創学部へ提出した卒業論文をベースとし、指導教員であった淡野が加筆修正したものである。なお、主たる調査は共同で実施した。

参考文献

- 伊予三島市史編纂委員会(1986):『伊予三島市史 下巻』伊予三島市。
宇摩郡土居町教育委員会(1984):『土居町誌』土居町。
愛媛県史編さん委員会(1983):『愛媛県史 地誌Ⅰ(総論)』愛媛県。
愛媛新聞(2006):『愛媛新聞 愛媛 Products 欠かせぬ酒のさかな』愛媛新聞。
加藤和子・和田涼子(2016):岩手県大槌町における郷土料理伝承のための調査。東京家政大学研究紀要, 56, 187-192。
川之江市誌編さん委員会(1984):『川之江市誌』川之江市。
観音寺市誌増補改訂版編集委員会(1985):『観音寺市誌(通史編)』観音寺市。
西條市(1966):『西條市誌』西條市。
清水 亘(1975):『かまぼこの歴史』日本食糧新聞社。
新修大野原町誌編さん委員会(2005):『新修大野原町誌』大野原町。
新修豊浜町誌編さん委員会(1995):『新修豊浜町誌』豊浜町。
詫間町誌編集委員会(1971):『詫間町誌』詫間町。
淡野寧彦(2017):愛媛県の郷土食いずみや(丸ずし)の歴史と地域的受容・継承形態。愛媛大学社会共創学部紀要, 1(1), 83-91。
淡野寧彦・丸山広達(2022):愛媛県におけるいずみや(丸ずし)の食文化—地域資源としての郷土食の活用に向けた学際的研究—。愛媛大学社会共創学部紀要, 6(1), 88-95。
東予市誌編さん委員会(1987):『東予市誌』東予市。

- 豊浜町誌編集委員会（1974）：『豊浜町誌』豊浜町。
中村周作（2009）：『宮崎だれやみ論—酒と肴の文化地理—』鉾脈社。
新居浜市史編纂委員会（1962）：『新居浜市史』新居浜市。
西澤千恵子（2009）：大分県の大学生の郷土料理に対する認知度と意識。別府大学紀要, 50, 195-205。
青木蒲鉾店ウェブサイト
<http://www.ebichikuwa.net/>
青木兄弟加工所ウェブサイト
<http://www.ebichikuwa.co.jp/index.htm>
秋月食品工業ウェブサイト
<http://www.akiduki.co.jp/index.html>
植田蒲鉾店ウェブサイト
<http://uetakamaboko.com/index.html>
魚茂ウェブサイト
<https://www.uoshige-kamaboko.co.jp/>
宇賀蒲鉾店ウェブサイト
<https://baseconnect.in/companies/ba8e2e2b-03c1-4313-ae91-3b2b9525eab1>
紀文食品ウェブサイト
<https://www.kibun.co.jp/knowledge/index.html>
讃岐蒲鉾ウェブサイト
<https://www.mapion.co.jp/phonebook/M26032/37205/23730188400/>
仁加屋かまぼこウェブサイト
<https://www.k-nikaya.com/>
日本かまぼこ協会ウェブサイト
<https://www.nikkama.jp/deki/consumption/>
福弥蒲鉾ウェブサイト
<https://fukuyakamaboko.com/>
山地蒲鉾ウェブサイト
<http://yamakama.sakura.ne.jp/index.html>
CAMPFIRE プロジェクト紹介ウェブサイト
<https://camp-fire.jp/projects/view/441183>

（ウェブページの最終閲覧日はいずれも, 2024年1月5日）

注

- 1) 本稿で記す「天ぶら」とは、魚肉等の練り物を素揚げしたものであり、一般に「さつま揚げ」と呼ばれる食品と同様のものを指す。