

愛知県におけるえびせんべい製造業地域の連関と産地発展

野村直孝*

はじめに

地場産業は自然環境や歴史的背景などの地域的条件下に規定されながら地域的に集積し、産地ごとに独自の技術形態を形成して特色ある製品を生産してきた。このことから、地場産業は地域の特徴を色濃く反映するものとして、従来から地理学の方野において研究が積みかさねられてきた。その視点の変化をみてみると、1970年代から80年代にかけては経済環境の変化を与件として、それに対応した生産構造変化の解明や産地の整理・縮小の過程といった、産地の「変化」に重点が置かれていた。他方で、地場産業を取り巻く環境がより厳しさを増すなかで、「生き残れる産地」の条件も模索されてきた。たとえば、合田（1979）は東三河織物業の生産構造を明らかにして農村労働力の存在を重要視した。また、松井（1984・1986）は、奈良県吉野町の製箸業地域や奈良県靴下製造業地域を事例として、産地内に張り巡らされた血縁や地縁の存在が産地の形成や構造を規定していることを、小口（1980）は下松町の眼鏡レンズ産業を事例として、地場産業の担い手が村落におけるどの階層から生じたかを明らかにした。産地の存続にとって、産地の持つブランドも有力な視点であり、八久保（1995）や宮川（1994）が銘柄の形成と市場における知名度の関係を論じた。また、宮川（1992）、初沢（2002）、酒井（2004）は、それぞれ天童将棋駒産地、山形市の平清水陶磁器産地、

宮城のこけし産地を事例に、技術伝承、原料の確保、市場の確保から産地の形成・発展機構を究明してきた。

本研究ではこのような従来の研究の流れを踏まえつつ、地場産業の形成・発展の機構を近接産地間の連関から明らかにしようとするものである。具体的には、全国の約90%の出荷額を占める愛知県のえびせんべい製造業地域を対象に、最大の業者集積域である一色町・吉良町・幡豆町・西尾市の1市3町（以下、一色地区と称する）¹⁾とそれに次ぐ、南知多町・美浜町の2町（以下、豊浜地区と称する）²⁾を事例地区として取り上げ、両地区の形成・発展をその地域的連関から考察するものである。

研究対象地域の性格

えびせんべいは北海道、埼玉、愛知、三重、和歌山、香川、鹿児島県で製造されているものの、愛知県がその中心をなして独占的地位を占めている。すなわち、愛知県のえびせんべい製造業者は97社と全国の87.4%を占め、全国の約90%以上の出荷額を担う³⁾。この97社のうち、一色町を中核とする西三河地域に56社（57.6%）、南知多町を中心とする知多半島に45社（36.2%）が立地する。日本のえびせんべい製造業はこれら2地区で担われていることがわかって（表1）。

一色地区は、名古屋市から約40km圏内にあり、一色町を中核に幡豆郡吉良町、幡豆町および西尾市の1市3町からなる。この地区ではカーネーシ

*安城市立安城北部小学校

表1 えびせんべい製造業者の分布

西三河	一色町	27	27.8
	吉良町	5	5.2
	幡豆町	4	4.1
	西尾市	9	9.3
	碧南市	10	10.3
	岡崎市	1	1.0
	小計	56	57.7
知多半島	常滑市	5	5.2
	知多市	2	2.1
	美浜町	6	6.2
	南知多町	22	22.7
	小計	35	36.1
東三河	蒲郡市	6	6.2
愛知県		97	85.8
和歌山県		4	3.5
香川県		4	3.5
北海道		1	0.9
埼玉県		2	1.8
三重県		4	3.5
鹿児島県		1	0.9
全 国		113	100.0

(三河一色えびせんべい工業組合ほかの資料による)

ョン、ウナギ、アサリの養殖が全国一であり、第1次産業も盛んである。第2次産業をみると、2006年現在、105社の製造業事業所が27,686百万円を出荷し、その過半数強の14,513百万円を食料品製造業者34社が占め、食品製造業を中心とした構造がみとれる。このうち、えびせんべい出荷額は約11,000百万円と食料品製造業出荷額の75.8%に上り、その中核をなす。えびせんべい業者は国道247号線沿線と一色漁港周辺に集中して分布する。

一方、豊浜地区は南知多町と美浜町からなり、ともに知多半島南部に位置して三河湾、伊勢湾に面している。この立地条件を活かして、漁業では豊浜漁港が県下一の水揚げ量を誇り、都市へ新鮮な魚介類を供給している。豊浜地区も一色地区同様に食料品製造業が盛んであるが、えびせんべい製造業の占める割合は低い。すなわち、豊浜地区の製造業事業所数は2006年現在、123社（製造品出荷額21,206百万円）であり、そのうち79社（出

荷額12,080百万円）が食料品製造業者である。豊浜地区のえびせんべい出荷額は約3,542百万円であり、食料品製造業の29.3%を占めるにすぎない。えびせんべい製造業者は南知多町の豊浜漁港から国道247号沿線、南知多道路豊丘ICから豊浜漁港に向かう県道280号線周辺のほか、美浜町南部の国道247号線沿線に分布する。このように、両地区とも漁港および主要交通路沿いに立地する点で共通する。

えびせんべい製造業の地域的差異

1. 一色地区のえびせんべい製造業の実態

(1) 各業者の性格

一色地区では年商8,000万円未満の階層が全業者の21社、60%を占めて中心をなす。しかし、アンケート調査から得られた一色地区の総年商のうち、年商4億円以上の大規模層が78.7%を占めて比重が非常に大きいことがわかる（表2）。そこで、年商8000万円未満を小規模層、8000万～4億円未満を中規模層、4億円以上を大規模層に区分して試みていくこととしよう。

大規模層の従業員数は平均58人と多いが、これは大手2社でそれぞれ100人に達しているためである。従業員は男性より女性の方が多く、えびせんべいの製造において女性労働力が多く必要なことがわかる。経営組織は5社中2社が株式会社で、残り1社が有限会社であり法人経営を行っている。これに対して、年商8,000万円以上4億円未満の中規模層は、平均従業員数11.6人となり、大規模層と異なって男性を雇用していない業者も6社みられる。経営組織でも有限会社の割合が高まり、法人化していない個人経営も2社みられた。このような性格は年商8,000万円未満の小規模層でより明瞭にみられた。その従業員総数は平均5.1人と中規模層の半分以下であり、家族労働力のみ業者も21社中9社みられた。また、この階

層では男性従業員を雇用する業者はわずか1社しかなかった。年商8000万円未満では家族労働力を中心に個人経営でえびせんべいを製造する業者がその中心的な担い手であった。

(2) 生産形態と経営規模

原料えびの供給形態 原料えびは国外、国内、地元漁港から供給される(表3)。これらのうち、重点仕入れ先別の業者数をみると、15社(48.4%)が地元漁港から仕入れ、それぞれ12社(38.7%)

表2 一色地区におけるえびせんべい製造業者の経営状況

	事業者番号	年商(万円)	経営組織	資本金(万円)	経営者年齢	何代目	従業員総数	家族内数	雇用者数	男	女
大規模	1	30億	株	2000	71	1	100	3	97	28	69
	2	24億	株	1億	57	2	100	7	93	26	67
	3	4億2000	有	500	71	1	25	3	22	9	13
	4	4億	株	2000	48	?	25	0	25	5	20
	5	4億	株	1000	76	2	40	3	37	6	31
中規模	6	3億	株	1000	52	2	20	1	19	0	19
	7	1億7000	有	300	58	2	9	4	6	2	4
	8	1億2000	株	1500	44	3	14	3	11	2	9
	9	1億1500	個		73	2	4	3	1	0	1
	10	1億	株	1000	68	1	14	7	7	0	7
	11	1億	有	300	66	2	15	4	11	0	11
	12	9000	有	?	60	2	13	3	10	0	10
	13	8000	有		73	2	8	3	5	1	4
	14	8000	有	500	77	1	7	3	4	0	4
小規模	15	7000	個		60	2	3	3	0	0	0
	16	7000	有	1000	72	2	12	4	8	0	8
	17	7000	個		56	2	7	4	3	0	3
	18	6000	個		42	4	5	2	3	0	3
	19	5000	有	300	76	2	8	4	4	0	4
	20	4800	個		67	2	12	0	12	0	12
	21	4000	個		46	1	5	4	1	0	1
	22	4000	個		66	2	7	1	6	1	5
	23	3800	有	1000	65	2	4	4	0	0	0
	24	3500	個		64	2	5	2	3	0	3
	25	3000	個		66	2	2	2	0	0	0
	26	2000	有	400	52	3	7	2	4	0	4
	27	2000	個		45	3	4	4	0	0	0
	28	1700	個		68	2	5	2	3	0	3
	29	1500	個		66	1	4	3	1	0	1
	30	?	個		67	2	3	3	0	0	0
	31	700	個		52	2	2	2	0	0	0
32	?	株	1000	52	?	2	2	0	0	0	
33	600	個		38	3	3	3	0	0	0	
34	500	有	300	63	2	7	3	4	0	4	
35	?	個		70	2	1	1	0	0	0	
	計	84億1600					502	102	400	80	320

経営組織の株は株式会社、有は有限会社を、個は個人経営を表す。

(聞き取り調査より作成)

と3社(9.7%)が国外、国内仕入れを中心としていた。興味深いことはこの原料仕入れ先がほぼ経営規模によって異なっていたことである。すなわち、大規模層は4社すべてが国外からの仕入れを

中心とし、中規模層は国外からが6社で残り2社が地元漁港からとなっていた。これに対して、小規模層は国外からが2社、国内からが3社、地元漁港からが13社であった。このように、年商

表3 一色地区におけるえびせんべい製造業者の原料供給形態

事業者番号	年商(万円)	入手先			国内入手先	地元漁港名	仕入れ量(kg/年)	種類数	えび原料名	
		国外(%)	国内(%)	地元漁港(%)						
大規模	1	30億	45	40	15	Sa・Se・K	K	71280	5	A(45)B(20)T(5)F(30)
	2	24億	90	5	5		I		3	A(5)T(15)F(80)
	3	4億2000	50	45	5		I・K		5	A(5)T(20)F(75)
	4	4億								
	5	4億	70	20	10	Se	I・H・N・K	20000	3	A(20)T(70)F(10)
中規模	6	3億	80	17	3		I	15000		
	7	1億7000	95	0	5		K	14400	3	
	8	1億2000	0	30	70	C	I・H・K		2	A(70)X(30)
	9	1億1500	70	0	30		I		2	A(30)F(70)
	10	1億	67	0	33		I	21600	?	
	11	1億	60	40	0	Se		18000	5	A(40)S・T・K・F
	13	8000	100	0	0				3	
	14	8000	0	0	100		?	18000	1	A(100)
小規模	15	7000	0	0	100		N・K		2	F(100)
	16	7000	20	0	80		I		4	A(80)F(20)
	18	6000	0	0	100		K	2000	2	A(100)
	19	5000	0	0	100		I・N・K		3	A(100)
	20	4800	0	0	100		I		3	A(70)S・F(30)
	22	4000	0	100	0	Se		4500	1	A(100)
	23	3800	40	0	60		I		2	A(60)
	24	3500	100	0	0			2880	1	F(100)
	25	3000	0	100	0				1	
	26	2000	10	20	70		I		3	A(70)F(30)
	27	2000	20	0	80		I	2500	4	A(50)F(50)
	28	1700	0	0	100		I	4800	1	A(100)
	29	1500	0	0	100		K	200	1	A(100)
	30	?	0	0	100		H・N・K		1	A(100)
	31	700	0	0	100		H・N	300	2	A(50)F(50)
	33	600	0	0	100		I・K		2	A(?)・S(?)
	34	500	0	100	0			6000	2	A(30)T(70)
35	?	100	0	0				1	F(100)	

凡例

- ・国内入手先 Sa:三陸, B:千葉, Se:瀬戸内, K:九州東部
- ・地元漁港名 I:一色漁港, H:東幡豆漁港, N:西浦漁港, K:形原漁港
- ・えび原料名 A:アカシャ, S:シラシャ, B:紅すじ, T:タカツメ, K:剣えび
F:その他(Fの右の数値はその他の種類数を表す)()内は%
- ・年商の単位:円
- ・仕入れ先の下線は、仕入れ量の多い重点仕入れ先を示している。
- ・地元漁港名の下線は、自社でせりに出向していることを示している。
- ・事業者番号12, 17, 21, 33は無回答のため表記せず。

(聞き取り調査より作成)

8,000万円以上では国外からの仕入れを主とし、それ未満では地元漁港からの仕入れを中心としていた。

このような差異は原料えびの性格によるところが大きい。外国産えびは中国・台湾・東南アジア・インド産が主であり、中間業者を介して仕入れられる。えびの種類はタカツメえび⁴⁾・紅すじえび⁵⁾・剣えび⁶⁾が主で他に2種ある。価格はえびの種類、仕入れ量、仕入れ時期、仕入れ地域によって変動があり、1kg当たり350~1,200円とさまざまである。各業者の仕入価格平均を産出すれば、1kg当たり585円となる。この価格は国産原料えびよりも安い。国産えびは三陸地方、千葉、瀬戸内地域、九州東部の諸県から中間業者4社を通じて仕入れる。えびの種類はアカシャえびやアカシャえびに良く似たシラシャえびで、1kg当たり350~1,200円、平均して1kg753円で購入されている。外国産と比較すると、国産の方が1kg当たり168円高い。地元のえびは一色漁港・形原漁港・西浦漁港・東幡豆漁港の4漁港から自社あるいは中間業者を介して仕入れられる。地元漁港のえびを仕入れる全23社のうち、中間業者に委託しえびの仕入れを行っている業者は19社、自社で直接、競り落として仕入れている業者が6社(中規模層2社、小規模層4社)ある。大規模層では競りを行う業者はない。原料えびの仕入れにおいて、中間業者が介在するのはえびの頭を取り、殻も剥いた無頭えびの状態です入れられたためである。反対に、自社で競り落とす場合は、えびの頭も殻もそのままの有頭えびの状態です入れられる。このような仕入れ方法の差異は国産・地元産のアカシャえびが全仕入れ量に占める割合の高低に結びついていた。すなわち、大規模層が18.8%と最も低く、中規模層で62.5%、小規模層で76.9%と規模が小さくなればなるほど割合が高くなる。これはアカシャえびに比べて、外国産の主

原料であるタカツメえびや紅すじえびが1kg当たり400円~500円と安いものの、味が落ちるためである。

製造形態 一色地区ではえびせんべいを自動機械焼き機⁷⁾、手焼き機⁸⁾、二度焼き機⁹⁾のいずれかを用いて製造している(表4)。これらのうち、いずれを中心とするかで調査業社34業者の動向をみると、自動機械焼き機を中心とする業者は15社(44.1%)、手焼き機中心で製造している業者18社(52.9%)、二度焼き機中心で製造している業者は1社(2.9%)で、自動機械焼き機と手焼き機を製造の要とする業者で構成されていた。階層ごとに業者の焼き方をみると、大規模層では5社すべてが自動機械焼き機によって製造し、中規模層では自動機械焼き機による製造の業者が6社、手焼き機による製造をしている業者が3社であった。これらに対して、小規模層では自動機械焼き機による製造業者が4社、手焼き機による製造業者が15社、二度焼きによる製造業者が1社であった。中規模層以上では、自動機械焼き機による製造を主とし、小規模層では手焼き機による製造が中心であった。

自動機械焼き機を主とする業者は、少ないところでも1日当たり250kgを製造しており、大規模層では1日5tのえびせんべいを製造するところもある。一方、手焼き機中心で製造する業者は、多いところで1日100kg、最も少ない業者で15kgとなっている。自動機械焼き機で焼いたえびせんべいは1kg当たり200~4,000円で、手焼き機で焼いたえびせんべいは1kg当たり1,650~10,000円で販売される。同じ製法でありながら、価格差が出るのは卸業者あるいは店頭直販という販売方法の差や、原料として使うえびやでんぷんの量、さらに使用するえびの種類の違い(外国産か、国産か、アカシャえびかなど)による。一方、自動機械焼きと手焼きの販売価格は最安値を比較しても

表4 一色地区におけるえびせんべい製造業者の製造形態

事業者番号	年商 (万円)	原料 入手 先	焼き方			えびせん べい以外 の有無	具体的 製造名	年間 生産額	えびせん べい 生産額 の割合	えびせんべいの価格						製造能力				
			自動機 械焼き	手焼き	二度 焼き					自動機械焼き		手焼き		二度焼き		自動機 械焼き	手焼き	二度 焼き	出荷先	
								最安	最高	最安	最高	最安	最高	最安	最高					
大規模	1	30億	A	<u>98</u>	2	0	×		900000	100	850		3500			5000	20	0	A	
	2	24億	A	<u>92</u>	5	3		G・F3	750000	50	800	2500	2500	4500	1800	2800	3000	60	0	A
	3	4億2000	A	<u>90</u>	10	0		I・T		70	650	1500	3500	9000			2000	100	0	A
	4	4億		<u>90</u>	10	0		T	360000	60	1500	2500	3000	5000			1000	100	0	A
	5	4億	A	<u>100</u>	0	0		G・F16		50	200	500					750	0	0	A
中規模	6	3億	A	<u>80</u>	20	0		T	50000	98	750	3200	2800	4800	1000	4000	600	30	0	D
	7	1億7000	A	<u>100</u>	0	0		G・K	240000	90	450	1200					1000	0	0	D
	8	1億2000	C	0	<u>85</u>	0		I・T		85							0	0	0	E
	9	1億1500	A	0	<u>100</u>	0	×		1000	100				2500			0	8	0	D
	10	1億	A	<u>90</u>	8	2	×		15000	100	700	2000		3500			300	27	75	C
	11	1億	A	<u>100</u>	0	0		S	30000	80	500	4000						0	0	D
	12	9000		<u>100</u>	0	0		I・T	30000	0							200	0	0	A
	13	8000	A	<u>100</u>	0	0		I	120000	90	800	900					250	0	0	A
	14	8000	C	0	<u>100</u>	0	×		8000	100							0	30	0	C
	小規模	15	7000	C	0	<u>100</u>	0		I	2500	85			3000	5000			0	15	0
16		7000	C	<u>80</u>	20	0		I・T		30	800	1200	3000					0	0	C
17		7000		<u>100</u>	0	0		G・K・F3	90000	0	1000						400	0	0	D
18		6000	C	15	<u>85</u>	0		I・T・S	25000	70	1200	1500	4000	10000			200	75	0	E
19		5000	C	0	<u>100</u>	0				70			2200	6500			0	40	0	E
20		4800	C	0	<u>100</u>	0		I	9000	70				6000			0	26	0	E
22		4000	B	0	0	<u>100</u>	×		30000	100				1200	1600		0	0	125	D
23		3800	C	0	<u>100</u>	0		I		70							0	0	0	E
24		3500	A	<u>100</u>	0	0		I	79200	70	530						255	0	0	D
25		3000	B	0	<u>100</u>	0			600								0	100	0	C
26		2000	C	0	<u>100</u>	0		I・T	6000				2500	9000			0	40	0	E
27		2000	C	0	<u>100</u>	0	×		3000	100			3200	7400			0	30	0	E
28		1700	C	0	<u>100</u>	0		T	7800	90			1800	9000			0	50	0	E
29		1500	C	0	<u>100</u>	0		I	9200	10			1650	1700			0	0	0	D
30		?	C	0	<u>100</u>	0		I・T・S		70			2500	8000			0	30	0	E
31	700	C	0	<u>100</u>	0		I・T	750	50			2000	9000			0	20	0	E	
32	?		0	<u>100</u>	0		I	1000	0							0	0	0	E	
33	600	C	0	<u>100</u>	0		?									0	0	0	E	
34	500	B	<u>100</u>	0	0	×		90000	100							700	0	0	D	
35	?	A	0	<u>100</u>	0	×		200	100				3000			0	3~4	0	E	

凡例

- ・原料入手先 A：国外，B：国内，C：地元漁港（表5-3の重点仕入れ先を示した）
- ・具体的製造名 I：いかせんべい・姿焼き，T：たこせんべい・姿焼き，S：魚せんべい，G：ごぼうせんべい，K：かにせんべい
F：その他（Fの右の数値はその他の種類数を表す）
- ・年間生産額の単位：kg/年
- ・焼き方の下線は、焼き方率の一番多いことを示している。
- ・焼き方の数値は、%。
- ・えびせんべいの価格の単位：円
- ・製造能力の単位：kg/日
- ・事業者番号21は製造せず、販売流通のみのため含まず。
- ・出荷先 A：量販店，B：お土産センター，C：小売店，D：同業者
E：店頭販売（一番多い出荷先を示した）

（聞き取り調査より作成）

1,450円の差があり、最高値の商品を比較すると6,000円の差がみられる。これは一般的に原料として使うえびやでんぷんの量、さらに使用するえびの種類が手焼きの方が高級なものを使うためである。

(3) 出荷形態

一色地区で製造された製品の販売流通経路は、卸売業者を経由し量販店に出荷する形態、卸売業者を経由し、お土産センターに出荷する形態、卸売業者を通さず、小売店へ直接出荷する形態、通信販売、えびせんべい同業者へ出荷する形態、店頭販売の6つに分類できる。各業者が一番重点を置く出荷先ごとにみても、量販店への出荷が7社(20%)、お土産センターへの出荷が

1社(2.9%)、小売店への出荷が5社(14.3%)、えびせんべい同業者への出荷は9社(25.7%)、店頭販売は13社(37.1%)で、通信販売を中心に行う業者はなかった(表4)。この出荷形態は階層によって異なっていた。

年商4億円以上の大規模層はすべて量販店への出荷であり、年商8,000万円以上4億未満の中規模層になると、それぞれ2社が量販店と小売店、1社が店頭販売を行うほか、最も多かったのは同業者への出荷の4社であった。年商8,000万円未満の小規模層では店頭販売を行な業者が12社と最も多く、以下、同業者への出荷5社、小売店への出荷3社、お土産センターへの出荷1社となっていた。大規模層は自社ブランドとして量販店に出荷

表5 豊浜地区におけるえびせんべい製造業者の経営状況

	事業者番号	年商(万円)	経営組織	資本金(万円)	経営者年齢	何代目	従業員総数	家族内数	雇用者数	男	女
大規模	A	5億6000	株	300	52	2	21	0	21	10	11
	B	5億5000	株	800	37	3	44	4	40	8	32
	C	5億	株	1000	55	2	36	3	33	6	27
	D	4億5000									
	E	4億	株	1000	40	2	22	3	19	5	14
中規模	F	3億	有								
	G	2億5000	有	700	67	1	24	5	19	3	16
	H	1億6000	有	1000	47	2	15	2	13	2	11
	I	1億5000	個		52	2	15	2	13	2	11
	J	1億5000	個		54	2	15	4	11	2	9
	K	1億	個								
	L	1億	個		52	2	9	3	6	0	6
	M	1億	個		53	2	2	1	1	0	1
	N	1億	個		75	1	11	4	7	1	6
	O	9000	株	1800	62	2	15	3	12	0	12
P	8000	有	300	60	2	8	3	5	1	4	
小規模	Q	5000	個		51	2	7	2	5	0	5
	R	4500	個		64	1	6	3	3	1	2
	S	4200	個		70	2	7	2	5	0	5
	T	4000	個		53	2	6	2	4	0	4
	U	2500	個		60	2	4	3	1	0	1
		42億4200					267	49	218	41	177

経営組織の株は株式会社、有は有限会社を、個は個人経営を表す。

(聞き取り調査より作成)

し、中規模層は自社ブランドで量販店や小売店へ出荷するものの、えびせんべい同業者への下請け出荷を中心とする業者が多くなり、小規模層は店頭で直接販売を主とする製造直売の形態といえる。

2. 豊浜地区のえびせんべい製造業の実態

(1) 各業者の性格

豊浜地区のえびせんべい製造業者の規模をみると、業者数では年商8,000万円以上2億円未満の中規模層が11社で52.4%を占めて一色地区と異なっており、製造業者の規模が全体としてみるとやや大きいことがわかる(表5)。しかし、大規模層が調査業者年商総額に占める割合は58%と一色地区よ

り反対に低い。これは一色地区に年商30億円と24億円という二大業者が存在したためである。以下、一色地区と同様に階層規模毎にみていこう。

大規模層の従業員数は平均30.8人と一色地区と比較すると平均人数で約28人少ない。これは従業員を100人雇用する一色地区の最大手のような業者がないためである。従業員では一色地区と同様に、男性より女性の雇用人数が多い。経営組織は1社を除いて株式会社であった。中規模層の従業員数は12.7人と一色地区と同程度である。大規模層と比べると、男性を雇用していない業者が3社あり、株式会社は1社のみで、4社が有限会社、6社が個人経営である。小規模層では、従業

表6 豊浜地区におけるえびせんべい製造業者の原料供給形態

事業者番号	年商 (万円)	仕入先			国内 仕入先	地元 漁港名	仕入れ量 (kg/年)	種類数	えび原料名
		国外 (%)	国内 (%)	豊浜 漁港 (%)					
大規模	A	5億6000	70	30	0	A	12000	3	B(50)T(20)F(30)
	B	5億5000	90	0	10	T	50000	3	
	C	5億	60	20	20	T	66000	4	A・B・T・F
	E	4億	100	0	0		6000	2	B(50)T(50)
中規模	F	3億	100	0	0				
	G	2億5000	80	0	20	T	42000	3	A(20)・T(75)・F(5)
	H	1億6000	70	0	30	T	56000	4	A(30)B・T・K(70)
	I	1億5000	99	1	0		13000	5	A(1)B(40)T(40)F(19)
	J	1億5000	100	0	0		10000	2	B(60)T(40)
	L	1億	50	0	50	T	20000	2	A(50)B(50)
	N	1億	60	0	40	T	6000	4	A(100)・T・K・F
	O	9000	95	0	5	T	?	2	T(20)F(80)
小規模	P	8000	65	35	0	Sa	7200	3	
	Q	5000	95	0	5	T	2000	5	A(10)B(30)T(30)F(20)
	R	4500	10	20	70	Se	10000	3	A(70)B(20)T(10)
	S	4200	0	0	100	T	1200	1	A(100)
	T	4000	100	0	0	T	?	2	B(40)T(60)
	U	2500	100	0	0		4000	1	T(100)

凡例

- ・国内仕入先 A：青森，Sa：三陸，Se：瀬戸内
- ・地元漁港名 T：豊浜漁港
- ・えび原料名 A：アカシャ，B：紅すじ，T：タカツメ，K：剣えび
F：その他（Fの右の数値はその他の種類数を表す）（ ）内は%，（ ）表記の無いものは，%不明
- ・年商の単位：円
- ・仕入先の下線は，仕入れ量の多い重点仕入先を示している。
- ・地元漁港名の下線は，自社でせりに出向していることを示している。
- ・事業者番号D・Kは無回答，Mは製造せず，販売流通のみのため含まず。

(聞き取り調査より作成)

表7 豊浜地区におけるえびせんべい製造業者の製造形態

事業者番号	年商(万円)	原料入手先	焼き方			えびせんべい以外の有無	具体的製造名	年間生産額	えびせんべい生産額の割合	えびせんべいの価格						製造能力			
			自動機械焼き	手焼き	二度焼き					自動機械焼き		手焼き		二度焼き		自動機械焼き	手焼き	二度焼き	出荷先
										最安	最高	最安	最高	最安	最高				
大規模	A	5億6000	A	100	0	0	T	400000	90		770					7000			A
	B	5億5000	A	100	0	0	I・T・K・F2	500000	80	460	3000					2400			D
	C	5億	A	100	0	0	I・T・S	40000	85	500	2000					145			A
	D	4億5000	A	100	0	0			0										A
	E	4億	A	100	0	0	I		80	400	600					500			A
中規模	F	3億	A	100	0	0			50										D
	G	2億5000	A	100	0	0	×	150000	100	780	2000					700			D
	H	1億6000	A	100	0	0		112000	80	580	1700					300			D
	I	1億5000	A	100	0	0	I・T	210000	70	500	1900					1000			D
	J	1億5000	A	100	0	0	I・T	165000	90	600	1000					500			B
	K	1億	A	100	0	0													D
	L	1億	C	100	0	0	×	36000	100	1000	1800					430			A
	M	1億	A	100	0	0	I・T・K・F2	8000	85	460	1800					350			A
	O	9000	A	100	0	0	×	60000	100	680	1250					330			D
	P	8000	A	100	0	0	×	48000	100	470	550					350			D
小規模	Q	5000	A	97	3	0	×	100000	100	470	1100					350	125		D
	R	4500	C	0	100	0	×	30000	100			1200	2200				220		D
	S	4200	C	100	0	0	I	15000	25		2500					88			D
	T	4000	A	100	0	0	I・T	24000	25		2750					175			A
	U	2500	A	100	0	0	×	14400	100	550	650								A

凡例

- 原料入手先 A：国外，B：国内，C：地元漁港（表5- の重点仕入れ先を示した）
- 具体的製造名 I：いかせんべい・姿焼き，T：たこせんべい・姿焼き，S：魚せんべい，K：かにせんべい
F：その他（Fの右の数値はその他の種類数を表す）
- 焼き方の下線は，焼き方率の一番多いことを示している。
- 焼き方の数値は，%。
- えびせんべいの価格の単位：円
- 製造能力の単位：kg / 日
- 事業者番号Nは製造せず，販売流通のみのため含まず。
- 出荷先 A：自社ブランド（量販店・お土産センター・小売店） B：同業者
C：店頭販売（一番多い出荷先を示した）

（聞き取り調査より作成）

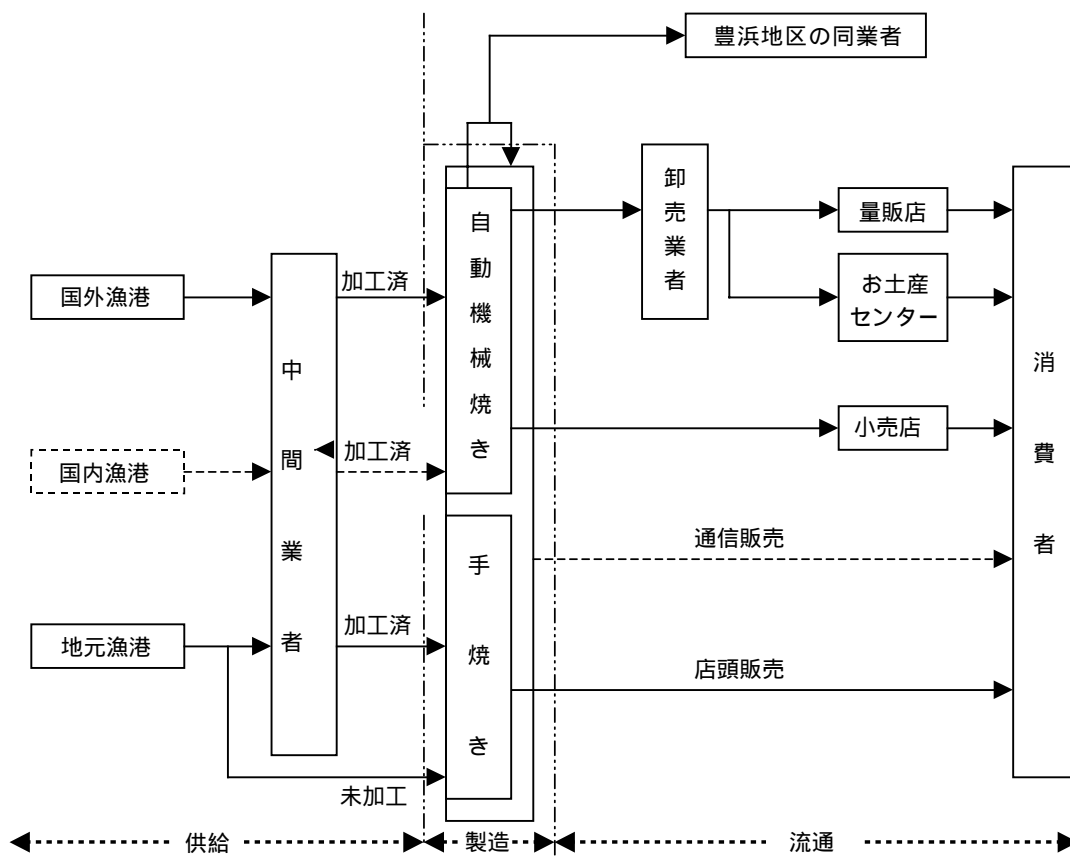
員の平均が6人であるものの、一色地区のように家族労働力のみという業者はみられなかった。この階層では男性従業員は1社を除いて雇用されておらず、個人経営である点は一色地区の小規模層と同様であった。

（2）生産形態と経営規模

原料えびの供給形態 原料えびは一色地区同様に国外，国内，地元漁港から仕入れられているものの，国外からの仕入れを主とする業者が15社と全体の83.3%を占めている点に特色があった（表6）。他は地元漁港からの仕入れ中心の業者が2社（11.1%），国外と地元漁港から50%ずつ仕入

れる業者が1社（5.6%）で，国内からの仕入れを中心とする業者はいなかった。豊浜地区は一色地区と異なって，外国産原料に依存しているといえよう。

外国産えびと国産えびは中間業者を介して仕入れられ，えびの種類・価格および外国産えびの供給地域に一色地区と大きな差異はみられない。一方，国産えびの供給地域では千葉・九州東部からの仕入れがみられなくなり，新たに青森から仕入れられている業者が1社あった。地元のえびの仕入れ先は豊浜漁港のみであり，直接競り落とす1社を除いて中間業者を介して仕入れられている。中間業者



注： は、自社で製造した製品が、同業者に流れるルートを示す。

注：破線は、原料の供給・流通の中心的形態に該当していないことを示している。

図1 一色地区における原料供給・製造・流通形態図

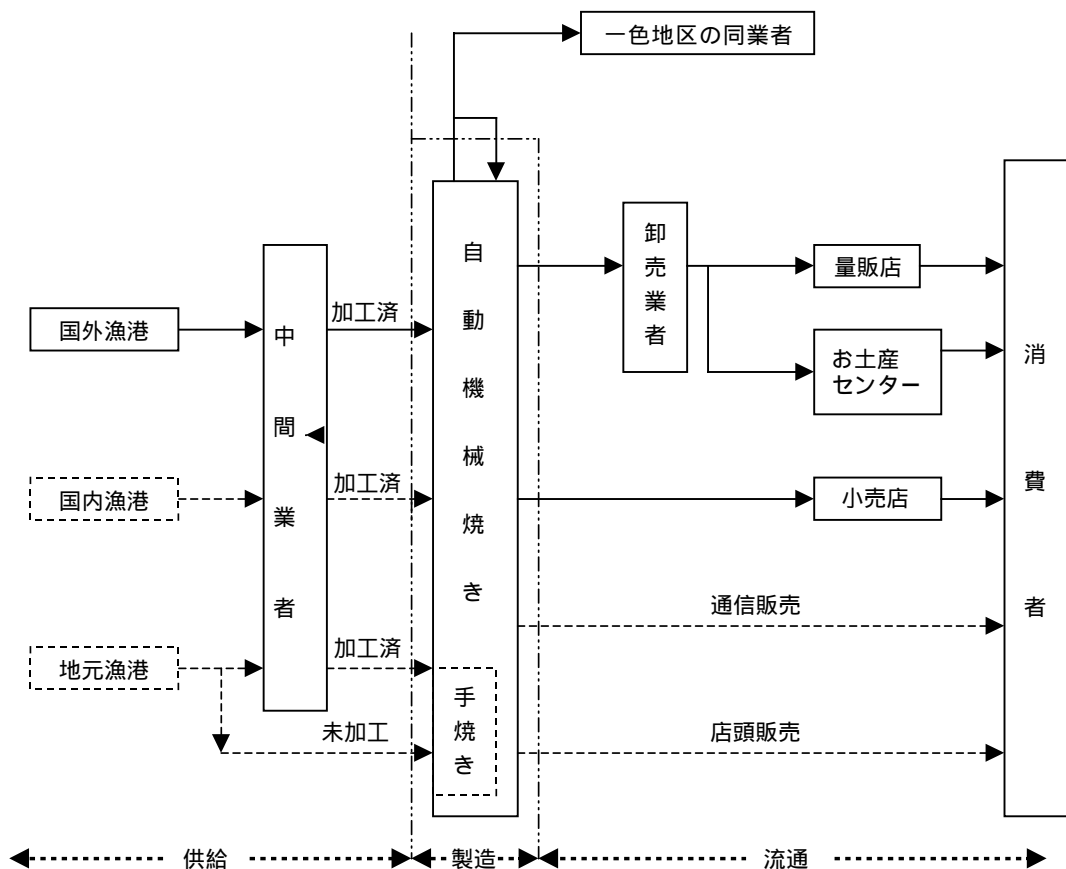
を介する場合は、一色地区と同様に無頭えびの状態
 態で、自社で競り落とす場合は有頭えびの状態
 仕入れられる。価格は、中間業者を介する場合
 で1kg当たり800～1,200円、自社で競り落とす場合
 で400～800円となっている。原料えびにおいて、
 一色地区との差異はアカシャえびの総仕入れ量に
 対する割合の低さにあらわれている。つまり、豊
 浜地区ではデータの得られた中規模層で28.2%、
 小規模層で60%と一色地区より低く、とくに中規
 模層での低さが目立つ。このことは製造方法や出
 荷形態の差にも結びついていた。

製造形態 豊浜地区では小規模層が手焼き機を主

とした一色地区と異なり、手焼き機中心の1社
 (5%)を除いてすべて自動機械焼き機を主に製
 造している(表7)。業者ごとの1日の生産量は
 88kgから7tまで規模によってさまざまである。
 自動機械焼き機で焼いたえびせんべいの販売価格
 は1kg当たり400～3,000円で推移しており、一色
 地区の販売価格とそれほどの差異がみられない。
 しかし、手焼きせんべいの価格は一色地区よりも
 低い。

(3) 出荷形態

豊浜地区の販売流通経路ではえびせんべい同業
 者への出荷が11社(52.4%)と過半数を占め、こ



注： は、自社で製造した製品が、同業者に流れるルートを示す。
 注：破線は、原料の供給・製造・流通の中心的形態に該当していないことを示している。

図2 豊浜地区における原料供給・製造・流通形態図

れに量販店出荷の8社（38.1%）、お土産センターへの出荷の2社（9.5%）が続ぎ、小売店出荷、通信販売、店頭販売を中心に行っている業者はみられなかった（表7）。一色地区と異なり、同業者出荷が多い点に特色がある。

これを階層ごとにみると、大規模層では同業者出荷の1社を除いてすべて量販店出荷であり、中規模層11社では同業者出荷が7社、量販店とお土産センターへの出荷がそれぞれ2社と同業者出荷の割合が高くなる。小規模層では一色地区でみられなかった量販店出荷を2社が行うものの、他の3社は同業者出荷を主とした。このように、豊浜

地区の大規模業者は自社ブランドによる量販店出荷を中心とするものの、中規模業者では自社ブランドによる量販店やお土産センターへの出荷を行う業者より同業者出荷する業者が多くなる。この傾向は小規模業者でも同様である。このことは豊浜地区が一色地区の業者より相対的にブランド力が弱いことを示している。

3. 両地区の地域差

両地区の原料えび供給、製造、流通に至る一連の形態をまとめると図1と図2のようになる。

一色地区では階層規模によって、各階層で業者の原料供給、製造、流通の一連の形態は異なり、

規模が大きい業者ほど、外国産のえびを仕入れ、自動機械焼き機で製造し、自社ブランドとして量販店に出荷していた。他方、規模が小さい業者ほど地元根付き、地元漁港のえびを仕入れ、昔ながらの手焼き機で焼き、店頭販売をする傾向にあった。また、小規模層では家族労働力のみで経営する傾向がみられた。その一方で、中間層には国外から原料を仕入れ、自動機械焼き機で製造し、同業者へ出荷する業者が存在した。このような同業者出荷の傾向は豊浜地区でより強くみられた。

豊浜地区では小規模層が少なく、一色地区のような家族労働力のみで経営を行っている業者もみられなかった。また、一色地区の小規模層が地元漁港から仕入れた原料えびを手焼き機で製造し、店頭で主に販売しているのに対して、豊浜地区では外国産原料を自動機械焼き機で製造し、同業者を中心に販売していた。この同業者販売は豊浜地区の中規模層で比重が高かった。一色地区の量販店、お土産センター、小売店への出荷量は年間2,019.4tであり、同業者出荷の608.4tを大きく上回っていたのに対して、豊浜地区のそれは835.1tと同業者出荷量の759.1tと拮抗していた。豊浜地区は一色地区と比べて同業者出荷の割合が高く、他社ブランドへ依存しているといえよう。このような豊浜地区のブランド力の弱さは外国産原料による自動機械焼き機による安価なえびせんべいの製造という特色にも結びついていた。では、なぜ、このような特色が豊浜地区により強くみられるのであろうか。この点を各地区内および両地区間の地域連関を踏まえてみていこう。

えびせんべい製造業地域の地域的連関と産地発展

1. 地区内連関と産地発展

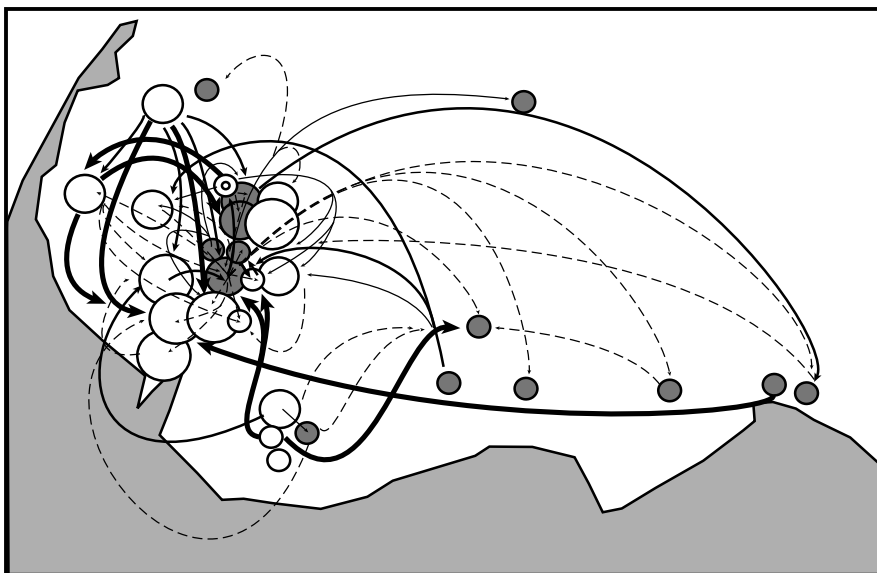
一色地区 一色地区のえびせんべい製造業地域は、三河一色えびせんべい工業組合の宣伝活動¹⁰⁾やテレビ等のマスメディア¹¹⁾を通じてブランド

力を培うとともに、一色地区全体の年商の半数近くを占める大規模業者の存在（年商それぞれ30億円と24億円¹²⁾）と地区内業者間の積極的な取引関係によって発展してきた。

一色地区では、全35社中28社（80%）が地区内の業者間で製品取引を行っている（図3-a）。その業者を製法別にみると、自動機械焼き機による製造を行っている業者が15社、手焼きによる製造を行っている業者が12社、二度焼き機による製造をしている業者が1社となり、自動機械焼き機と手焼き機によって製造を行う業者を中心としていた。このことは経営規模に関係なく、同業者間取引を行っていることを意味している。自動機械焼き機中心の大規模と中規模層ではそれぞれ4社と9社が、小規模層では15社が一色地区内の同業者間取引を行っていた。

地区内の同業者間取引を一色町と吉良町・幡豆町・西尾市の業者間および一色町内業者間にかけてみると、前者では業者番号11や24のように一色町の大規模層へ大量に出荷している業者と、業者番号19・20・25・27・31のように一色町内の業者からのみ仕入れている小規模層に分かれた。これらは比較的少量取引であった。その仕入れでは業者番号9から仕入れている業者が多いのも特徴である。これに対して、一色町内の業者間取引をみると、業者番号1・2・3・5の大規模業者へ出荷している業者とそれ以外の中小規模業者間での取引を中心に行う業者がみられた。このなかで、前述の業者番号9は出荷相手数が10社で仕入れ相手数が8社あり、取引関係の中心的存在となっていた。業者番号9は自社製造品の出荷が極僅かで、えびせんべい同業者から仕入れた商品をそのまま同業者へ出荷する。業者の中には他社の商品を直接仕入れるのではなく、本業者を通して仕入れている業者があり、業者番号9はえびせんべい同業者間の仲間卸的存在といえる。9を介した製品取

a) 一色地区



b) 豊浜地区

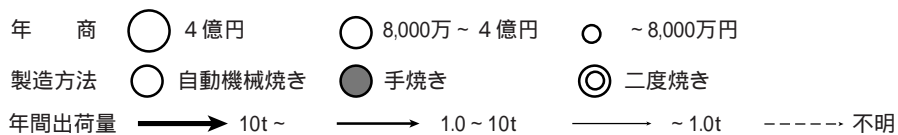
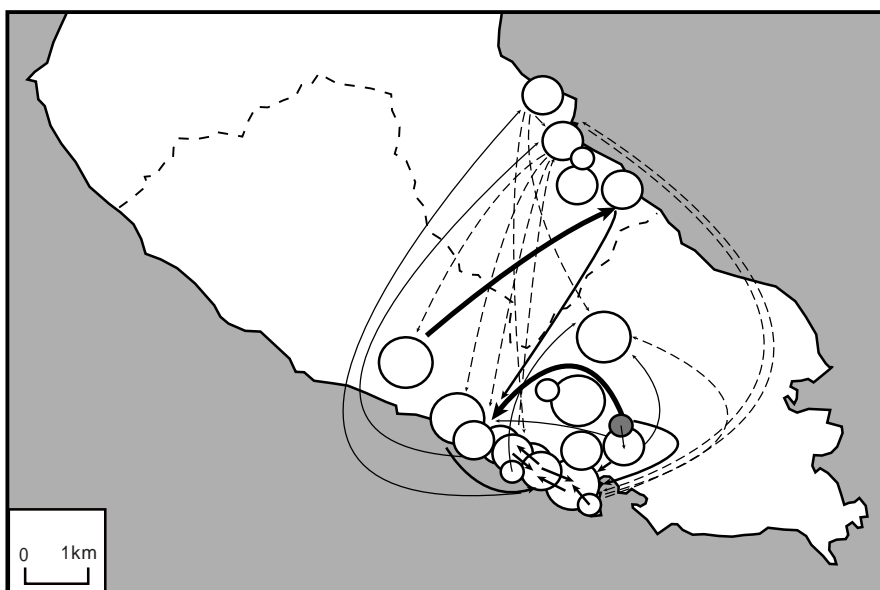
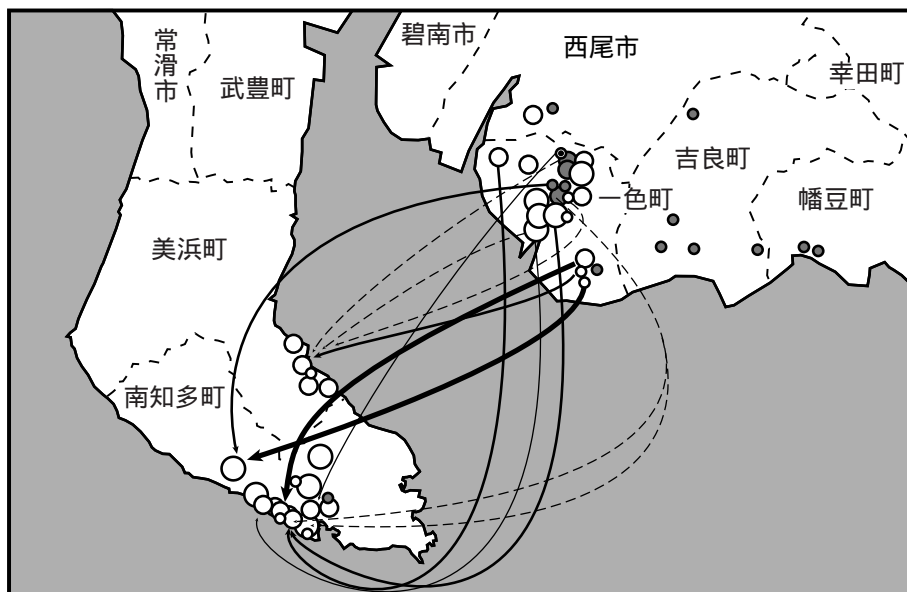


図3 一色・豊浜地区における同業者出荷（2006年）
（聞き取り調査により作成）

a) 豊浜地区～の同業者出荷



b) 一色地区～の同業者出荷

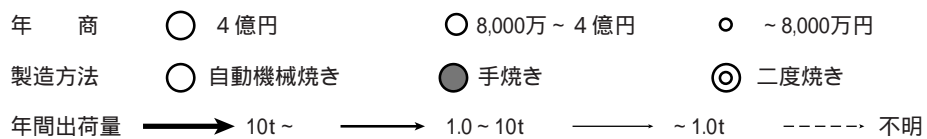
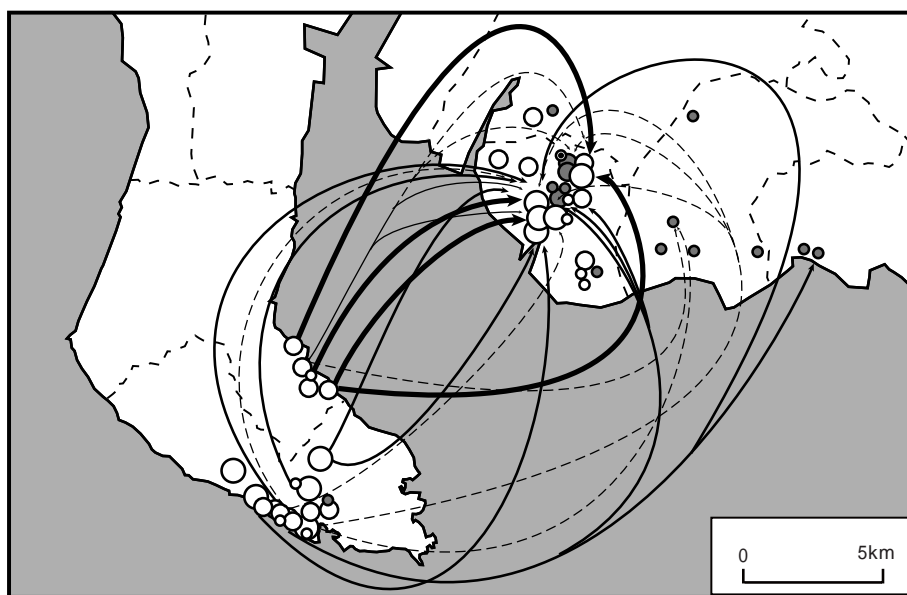


図4 一色・豊浜両地区間における同業者出荷（2006年）
（聞き取り調査により作成）

引を含め、製品の相互取引をしている業者が多く、えびせんべい以外のいかせんべい等を中心に製造する12・17・29や二度焼き機でえびせんべいを製造する22のような他社で製造できない製品が多く仕入れられていることも特徴である。

以上から、一色地区の同業間取引は自社ブランド力の強い大規模業者への製品出荷と自社では製造できない製品を他社から仕入れ、消費者のニーズに応えようとしている中小規模業者層の取引に分けられる。このうち、前者は一色地区に業界最大手の業者が存在し、その販売力に他業者が依存するとともに、大手業者も多品目の品揃えが可能になるという利点からもたらされ、後者も同様に多品目の品揃えを可能にするものである。各業者が相互に補完しながら産地を発展させているといえよう。

豊浜地区 豊浜地区では全21社中14社(66.7%)が地区内の業者間で製品の取引を行っていた(図3-b)。製造法別にみれば、手焼きによる1業者を除いて自動機械焼き機の業者である。この14社を規模別にみると、大規模業層4社、中規模業層8社、小規模業層2社となり、豊浜地区の業者間取引は中規模以上層を中心に行われていることがわかる。

本地区の業者間取引は一色地区と同じように、大規模層の業者番号B・C・Eへ出荷するものと中小業者間の取引を中心とするものに大別される。しかし、一色地区と比較すると、地区内での取引量は少量といえる。このうち、相互取引を行うのは、BとG、BとP、GとL、PとHであった。また、一色地区同様、えびせんべい以外の製品を中心とするFや二度焼き機でえびせんべいを製造するR、さらに形状の特殊なスティック状のえびせんべいを出荷しているOのような他社では製造できない商品が多く仕入れられていることも同様の特徴である。

以上から、豊浜地区は、一色地区同様に自社ブランド力の強い大規模業者への出荷と自社で製造できない製品を他社から仕入れ、消費者のニーズに応えようとしている中小規模層間の取引業者に分けられた。しかし、取引量は一色地区と比較して少なく、ここに豊浜地区のブランド力の低さが表れていた。そのため、両地区間の業者間取引では豊浜地区から一色地区へ出荷される量が多かった。

2. 両地区間の連関と産地発展

両地区では双方向の取引がみられる(図4)。一色地区の業者のうち、豊浜地区の同業者へ出荷する業者は自動機械焼き機による製造を行う7社、手焼き機製造の3社、二度焼き機製造の1社の11社である。このうち、業者番号9は一色地区での製品取引と同様に仲間卸としての機能を果たしていた。一方、一色地区の同業者へ出荷する豊浜地区の業者は13社ですべて自動機械焼き機による製造をしている業者であった。

豊浜地区へ出荷する一色地区の業者は規模別にみると、大規模業者2社、中規模業者4社、小規模業者5社であり、業者番号3・9が2社と取引しているのを除けば、すべて1社のみとの取引であった(図4-a)。一色地区から豊浜地区への出荷量は非常に少ないといえよう。一色地区から仕入れる豊浜地区の業者は中・大規模層である点に特色がある。反対に、一色地区の業者へ出荷している豊浜地区の業者は大規模業者2社、中規模業者9社、小規模業者2社と中規模層が多い(図4-b)。また、取引業者数も業者番号O・Q・Sの3社が1社である以外はすべて2社以上であり、業者番号P・Gのように5社あるいは6社と取引している業者もある。仕入れる側である一色地区の業者は大規模業者5社のすべてのほか、中規模業者5社、小規模業者3社からなる。このうち、大規模業者5社が豊浜地区からの全出荷量の83.2%

を取り扱っており、一色から豊浜への同業者出荷と異なり、豊浜からのそれが中規模層による一色地区でブランド力の高い、言い換えれば販売力のある大規模業層へのお荷という点に特色があった。

以上のように、両地区は相互の補完関係で産地を発展させている。それは豊浜地区にとって一色地区へ出荷が自社ブランドで販売できない弱点を補い、一色地区の業者にとっては自社で製造できない商品を仕入れることができるという関係であった。このことが豊浜地区の安価な外国産原料を用いた自動機械焼き、あるいは自社ブランドで製造直売が可能な一色地区の小規模層における地元産原料の手焼き機械による高級えびせんべいの製造という生産体系の差異にも結びついてきた。それは両産地におけるえびせんべい製造の歴史の差異、すなわち一色地区が先行し、豊浜地区は一色地区ほかからの技術伝播によって産地化されたことに基づいていた。先行した一色地区では業界大手2社に代表される全国市場に対応した販売力のほか、それと原料・生産方法で差別化して地元市場ほかで銘柄性を確立している小規模層がみられたのに対して、豊浜地区では一色地区にみられた小規模層の発達がみられず、販売力に劣る中規模層を中心に一色地区の大手層と結びついてきたのである。

3. 産地形成の基盤

両地区におけるえびせんべい製造業の形成・発展は、原料のアカシャえびを得る上で三河湾と伊勢湾の自然環境が地域的基盤としての役割を果たした。三河湾と伊勢湾の海底はプランクトンの多い泥底のため、アカシャえびが育ちやすい。また、それは太平洋の波の影響をあまり受けず、荒波にもまれながら泳ぐことが少ないため、肉がしまりにくくえびせんべいの原料として適している¹³⁾。両湾の平均水深は三河湾9.2m、伊勢湾16.8mと浅

く、アカシャえびの漁獲方法である底引き網漁業を行うのに適していた。

このような自然環境のほか、産地発展には機械メーカー2社が大きな役割を果たした。一色・豊浜両地区で初めて自動機械焼き機による製造が行われたのは、1965年に遡る。以来、自動機械焼き機による大量生産を可能としてきたのは、機械メーカーM社（一色町）とY社（大府市）の技術革新によるところが大きい。M社は一色地区を中心に回転式の自動機械焼き機を開発・提供し、Y社は豊浜地区を中心にトンネル式の自動機械焼き機を提供した。また、M社は手焼き機の生産も行うとともに、自社でもえびせんべいを焼いて常にえびせんべいに見合う機械を開発している。たとえば、2007年にはIH式による手焼き機の開発・導入を始めた。一方、Y社は豊浜地区の業者番号Sとともに、製造工程の途中で製品にトッピングを加えることのできるトンネル式自動機械焼き機を開発し、一色地区の回転式ではできない製造工程を可能とした。このことが両地区の製品の差異をもたらしていた。

このように、機械メーカー2社は一色・豊浜両地区の産地発展に製造方法の革新という点で大きく貢献したといえる。

おわりに

愛知県におけるえびせんべい製造業地域を対象に、2大産地である一色地区と豊浜地区の業者の性格と原料の供給、製造、流通に至る一連の過程を明らかにし、両地区の形成・発展と地区内・両地区の地域連関の関係を追究してきた。その結果をまとめると以下ようになる。

まず、両地区のえびせんべい製造業の実態については、以下のことを指摘できる。

両地区の業者とも規模別にすると、年商4億円以上、年商8,000万から4億円、年商8,000万円未

満の大中小規模の業者に分けられ、年商の合計で見ると大規模業者の比重が大きいこと。

一色地区の原料の供給、製造、流通体系は原料を国外から仕入れ、自動機械焼き機による製造を中心に行い、自社ブランド品として出荷している業者と原料を国外から仕入れ、自動機械焼き機による製造を中心に行い、えびせんべい同業者へ出荷している業者、および原料を地元漁港から仕入れ、手焼き機による製造を中心に行い、店頭販売を行っている業者に分かれること。

豊浜地区の原料の供給、製造、流通体系は原料を国外から仕入れ、自動機械焼き機による製造を中心に行い、自社ブランド品として出荷している業者と原料を国外から仕入れ、自動機械焼き機による製造を中心に行い、えびせんべい同業者へ出荷している業者に分かれること。

両地区の差異は、一色地区に原料を地元漁港から仕入れ、手焼き機による製造を中心として店頭販売を行う小規模業者がいるものの、豊浜地区にはこの形態に該当する業者がいないこと。また、自社ブランド品による出荷を行っているのは、一色地区の業者が多く、えびせんべい同業者への出荷を行っているのは、豊浜地区の業者の方が多いこと。の4点である。

次に、両地区の地域形成・発展と両地区の連関の関係については、以下のことを指摘できる。

両地区のえびせんべい業にとって、三河湾と伊勢湾がえびの育ちやすく、漁獲しやすい自然環境であり、両地区それぞれに機械メーカーがあって自動機械焼き機を開発して両地区のえびせんべい製造業の発展にとって地域的基盤としての役割を果たしたこと。

一色地区の地域形成・発展では地区としてのブランド力の向上があり、大量生産して全国出荷を行う大手2社が存在していること、さらに地区内の業者間で取引があり、製品の補完関係が成り立

ていることがその条件としてあげられること。

豊浜地区の地域形成・発展では一色地区をはじめ、他地域からの技術入手による創始とともに、一色地区同様に地区内の業者間で取引があり、製品の補完関係が成り立っていることがその条件としてあげられること。

両地区の発展は両地区間の相互補完関係によるところが大きいこと。また、それは一色地区の業者の働きかけによるもので、両地区で異なる自動機械焼き機によって製造できる製品の種類に差異があるため自社で製造できない品目を補完するためのものであったこと。の4点である。

このように、愛知県のえびせんべい製造業は地元原産のえびを焼く、ローカルフードから始まり、地域に根ざした生産流通体系とともに、外国原産のえびを用いた大量生産方式を主とした規模別・地区別の展開を経て、先行地区の一色地区と後発地区の豊浜地区が相互に補完し合う地域連関によって発展してきたのである。

本稿を作成するにあたり、伊藤貴啓先生をはじめ愛知教育大学地理学教室の諸先生方にお世話になった。また、一色商工会の鳥居局長、豊浜えびせんべい工業組合長の天野剛氏には貴重な資料を提供頂いた。えびせんべい製造業者の方々にはお忙しいなか、聞き取りに応じていただいた。以上、記してお礼申し上げたい。

注

- 1) この1市3町で三河一色えびせんべい工業組合を結成している。一色地区では三河一色えびせんべい工業組合に属している全45社中、35社から聞き取り調査に対応いただけた。なお、聞き取り調査は2007年8月～10月に両地区で行った。
- 2) この2町で豊浜せんべい組合を結成している。豊浜地区では、豊浜せんべい工業組合に属している全28社中、21社に聞き取り調査に協力いただけた。

- 3) 三河一色えび三瓶工業組合調べ
- 4) 地元産のアカシャえびに比べて味はだいが落ちるが、価格が非常に安いいため、近年は国外産として供給されるえびの主要原料となっている。サイズは、基本的に小型であり、価格は、1 kg当たり400～500円程度である。
- 5) 地元産のアカシャえびに比べて味はだいが落ちるが、価格が非常に安いいため、近年は国外産として供給されるえびの主要原料となっている。サイズは、基本的に小型であり、価格は、1 kg当たり400～500円程度である。
- 6) 主に中国で生産されており、南方系の小型えびで主から揚げ用のえびとして消費されている。特徴は、発色・味がよく、殻が若干固い。価格は、1 kg当たり450～600円程度である。
- 7) 自動機械焼きは、原材料ミキサー混合、練り上げ、熱鉄板生地焼き、味付け、乾燥、出来上がり又はフライ仕上げの6工程を自動制御によって行うものであり、均一な製品を量産することができる。
- 8) 手焼きは伝統的な焼き方であり、生えび丸むき、原材料混合・練り上げ、生地焼き、味付け、乾燥、選別・仕上げの6工程を長年の勤と熟練した技術で行うものである。当日水揚げされた新鮮なえびを使って行うもので、自動機械焼きよりえびの量が多く、水分の関係から自動機械焼きで行えないものが手焼きされる。
- 9) 二度焼きは手焼きの一種であるが、一度焼かれたものを再び焼き上げ再加工するもので、手焼きの工程の生地焼きの後に成型切断が加わり、乾燥させたものを仕上げ焼きする点に特徴がある。
- 10) 三河一色えびせんべい工業組合は、1962年の松本博覧会に初めて「一色のえびせんべい」というブランド名を広めようとしてえびせんべいを出品した。これ以降、愛知県の観光協会が東京と大阪で年に4～5回開催していた物産展に出品するなど、

「えびせんべい」と言えば「一色」と消費者に認識を促す活動を行ってきた。さらに、1986年以降は、全国各地で毎年のように開催される物産展等に出品するようになり、その地域ブランド力を高めてきた。

- 11) 1985年と1986年に中京テレビやテレビ朝日にて一色のえびせんべいが紹介されたのを契機に、テレビという情報媒体を通して全国に「一色のえびせんべい」の名を広めたり、中日新聞にえびせんべいの特集が載せられたりと、自然と一色地区がえびせんべい製造日本一の地区として宣伝されるようになった。
- 12) このうち、業者番号1は1948年に創業し、1955年以降、大阪工場の新設と3度の増設、1970年の一色工場増設と自動機械焼き機導入、1975年の一色第二工場新設と自動包装機導入によって、手焼き機による生産・手作業包装から自動機械焼き機・包装機による大量生産・大量包装へと生産体系を変革して規模拡大に成功してきた。また、1952年の大阪、1967年の東京支店の開設のほか、1979年と81年にそれぞれ福岡と北海道に営業所を展開して、全国各地へ販路を拡大してきた。現在では、海外にまで販路を広げている。このため、同業他社と異なって、東京支店8人、大阪支店10人、名古屋に1人の営業専門の人材を配置している点に特色がある。
- 13) 豊浜せんべい工業組合 天野組合長談（2007年11月15日聞き取り）

文 献

- 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 - 14, 997～1009
- 井出策夫（1970）：地方地場産業の変遷—兵庫豊岡の鞆工業の場合—．歴史地理学紀要第12号, 75～91
- 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 - 2 , 47 ~ 57
- 大澤勝文 (1993) : 三条地域における作業工具工業の展開 . 経済地理学年報39 - 3 , 239 ~ 252
- 小口悦子 (1980) : 社会構造と地場産業 . 板倉勝高・北村嘉行編 : 『地場産業の地域』大明堂 , 191 ~ 200
- 合田昭二 (1979) : 東三河織物業の生産構造 . 地理学評論52 - 8 , 439 ~ 454
- 酒井宣昭 (2004) : 宮城県伝統こけし産地の存続基盤 - 一鳴子・遠刈田・弥治郎産地を事例として - . 季刊地理学56 - 1 , 19 ~ 29
- 須山 聡 (1992) : 石川県輪島市における漆器業の発展 . 地理学評論65 - 3 , 219 ~ 237
- 立川和平 (1997) : 福井合繊維物産地の構造変化 . 経済地理学年報43 - 1 , 18 ~ 35
- 鶴田幸宏 (1994) : 高度経済成長期以降における播州手延素麺業地域の変容 . 地理学報告78 , 16 ~ 33
- 西邑雅子・松田隆典 (1997) : 伏見酒造業の展開と産地構造 . 新地理45 - 3 , 19 ~ 26
- 八久保厚志 (1995) : 大正期における会津酒造業の市場展開 - 東京市場進出過程を中心に - . 経済地理学年報40 - 2 , 139 ~ 155
- 初沢敏生 (2002) : 山形県平清水陶磁器産地の存続基盤 . 福島大学教育学部論集社会科学部門70 , 25 ~ 33
- 松井久美枝 (1979) : 大都市機業地西陣の地域構造 - その中心と縁辺部における実態調査より - . 人文地理31 - 2 , 21 ~ 135
- 松井久美枝 (1981) : 続・地場産業の町 織物の町西陣 . 地理26 - 4 , 114 ~ 121
- 松井久美枝 (1984) : 製品転換と産地の形成過程 - 奈良県吉野町の製箸業地域の事例研究 . 人文地理36 - 6 , 481 ~ 500
- 松井久美枝 (1986) : 産地の構造と産業地域社会 - 奈良県靴下製造業地域を事例として . 奈良女子大学地理学研究報告2 , 114 ~ 135
- 宮川泰夫 (1992) : 天童将棋駒産地の変質 - 新風土文化産業論 (六) . 愛知教育大学研究報告人文科学編41 , 9 ~ 26
- 宮川泰夫 (1994) : 村上木彫堆朱産地の存続機構 . 愛知教育大学研究報告43 , 39 ~ 55
- 李 哲雨 (1991) : 地場産業研究の意義と課題 . 人文地理43 - 2 , 39 ~ 60
- 渡辺英郎 (1976) : イカ珍味の町 函館市日の出町 . 地理21 - 4 , 97 ~ 105