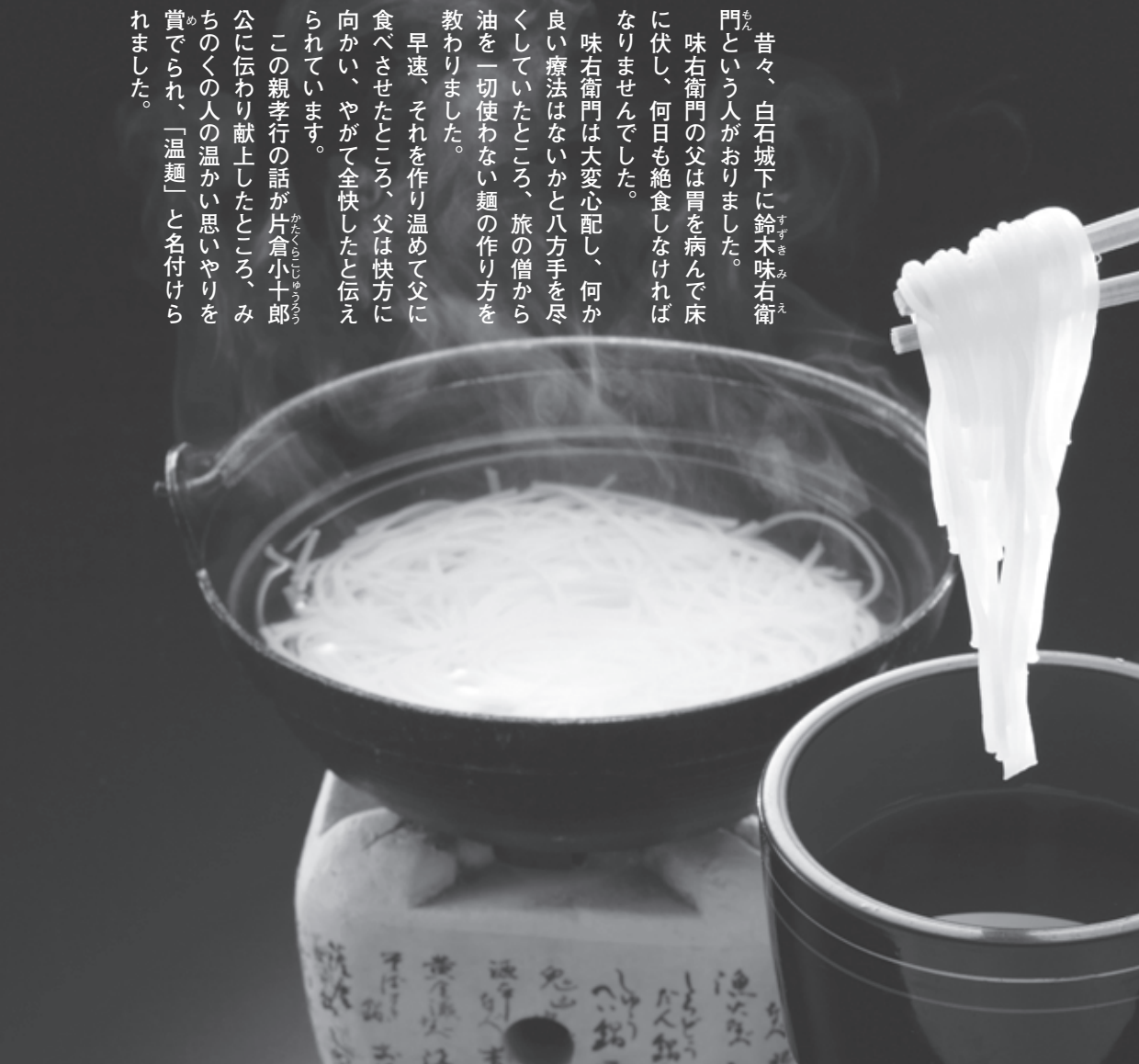


(写真右) 1934 (昭和9) 年、奥州白石温麵同業組合 (現奥州白石温麵協同組合) が調練場 (現沢端町) に移転した時に撮影したもの。今も同じ建物で活動を続けている (写真提供: 奥州白石温麵協同組合)

(写真下) 温麵の創製者である鈴木家のお墓が延命寺にある。味右衛門公の子孫は、現在19代目として東京都に在住。たびたび白石を訪れこのお墓を守っている (延命寺住職 足田正應氏談)



特集 白石温麵を探る



昔々、白石城下に鈴木味右衛門という人がおりました。味右衛門の父は胃を病んで床に伏し、何日も絶食しなければなりません。味右衛門は大変心配し、何か良い療法はないかと八方手を尽くしていたところ、旅の僧から油を一切使わない麵の作り方を教わりました。

早速、それを作り温めて父に食べさせたところ、父は快方に向かい、やがて全快したと伝えられています。この親孝行の話が片倉小十郎公に伝わり献上したところ、みちのくの人の温かい思いやりを賞でられ、「温麵」と名付けられました。

「白石温麵」。それは白石の風土と水、まちづくりが生み出したもの

1602 (慶長7) 年、白石城主となった初代片倉小十郎景綱公が行ったまちづくり。それは白石川を利用した水路の整備である。白石は四方を山に囲まれた盆地。恵まれた場所とは決して言えないこの地で、生活用水と水田に利用するために、縦横に数多くの小堀を整備した。堀の整備は動力としての水車を生み、100を超えてる水車があったとされる。小麦や米などの製粉業が発展し、二次加工としての製麵業が盛んになった。歴史に白石産の麵が登場するのは1620 (元和6) 年。当時

「白石温麵」発祥の地

現在の白石消防署一帯が、温麵を生み出した「大味家」鈴木家があった場所である。今から400年ほど前、伊豆国鈴木郡 (現静岡県付近) から大畑屋敷 (現白石興産 (株) 付近) に移り住んだ鈴木家。その後、短ヶ町に屋敷を移したとされている。温麵を創り出した味右衛門公 (改名前は浅右衛門) は、大畑屋敷鈴木家6代目に当たる。

「白石温麵」は白石の重要な地場産業

白石温麵の製造会社は9社。およそ200人の従業員がその製造に携わっている。また、平成20年度における白石温麵の出荷量は約1,460トン。出荷額は約7億6,000万円に上るとされている (製麵業全体では約22億円と推定)。

もちろん、製麵業は温麵だけではなく、さまざまな麵を手掛けている。それでも、うどんの18・5割、そばの20・4割に比べ、白石温麵は35・7割。およそ3分の1を白石温麵が占めている。これはあくまで平均値であるので、各社によってばらつきはある。しかし、この数字からも分かる通り、白石温麵はこの地を支える一大産業となっている」と言っても過言ではないだろう。

白石を最もイメージさせるもの

宮城県商工会議所連合会は、県内各地の観光資源を掘り起こすべく、平成19年に「県内の地域ブランドに対する意識調査」を行った。これは、県内6商工会議所管内 (仙台・塩釜・石巻・

気仙沼・古川・白石) の企業の従業員1,600人を対象に、各都市の物産品や観光施設などに関するイメージ調査を行ったものである。その調査項目の一つに、「白石の物産品の中で白石を最も強くイメージできるもの」を白石地区以外の5地区に尋ねた質問がある。その結果、回答総数1,171人中、実に900人 (76・9割) が「白石温麵」と回答したのである。

「白石温麵」はまさに「白石の文化」

さまざまな歴史の荒波にもまねながらも、今なお受け継がれている「白石温麵」。和紙・葛と並び「白石三白」と呼ばれる「温麵」。「白石と温麵」は切っても切れない、まさに「白石の文化」といべきものの一つであろう。

近年、白石の温麵店に多くの観光客が訪れるようになっていく。しかし、「県内ではある程度認知はされているが、全国的に見ればその認知度は低い」というのが実態かもしれない。一つの産業であり、文化である「白石温麵」。今月号では「白石温麵」の昔と現在、そして未来を考えてみたい。

温麵産業の近代化時代の流れとの戦い

明治の中ごろに最新式の製粉機械を設備したことは、全国的にも画期的なことであったとされている。そして、白石の企業でも試行錯誤の上、製麵機を開発した。白石温麵が産業として近代化を迎えたのは、製粉機械と製麵機が導入されたこの時代である。これ以降、機械製温麵が主流となり、生産量・販路ともに拡大していった。近代化により大量生産が可能となった白石温麵は、地場産業としての基盤を築いていった。

第二次世界大戦後は、まさに時代の流れとの戦いとなった。自由競争の幕開けにより、製造だけを手掛けていた各社が、営業・販売も行うようになった。高度経済成長に乗り、昭和40年代には東京のスーパーにもズラリと並ぶほどだったという。

しかし、自由競争は価格競争も生み出した。経済成長がゆるやかになり、関東圏の温麵市場が縮小すると、狭い地域での販売競争が始まった。経営が苦しくなった企業は倒産にまで追い込まれた。「市場をいかに拡大し定着させるか」、今もこの問いの答えを探している。