

나가사키현내에 있는 지방특색산업의 현황

- 고토우동을 사례로 -

나카무라 마사히로((주) 나가사키경제연구소 주석연구원)

< 차례 >

머리말

1. 현내의 지방특색산업의 현황
2. 사례로 보는 지방특색산업
- 지역이 기대하는 고토우동 -

맺음말

머리말

각 지역에서는 많고 적음에 관계없이 그 지역의 산물, 전통, 풍토, 문화에 근거한 특산물이 생산되고 있어, 지역 경제에 걸친 귀중한 산업이 되고 있다. 이러한 지역특색 산업은, 지역의 고용은 물론, 문화·전통의 계승, 관광자원으로도 공헌하고 있다. 그러나, 지금은 경제의 글로벌화, 유통의 고도화, 산지 표시의 엄격화 등 환경의 변화가 진행되어, 경쟁에 살아 남기 위한 노력을 피할 수 없게 되었다. 한편으로는 전국 브랜드, 양산품으로부터 「생산자의 얼굴이 보이는 제품」, 「지역 독특한 제품」, 「그 지역이 아니면 맛 볼 수 없는 물건」 등이 재검토되어, 조금 더 좋은 품질, 희소가치를 중요시하는 상황도 생겨났다. 그리고 이것을 통신판매나 인터넷의 보급이 뒤에서 지지하고 있다.

이러한 환경변화 속에서 나가사키현의 지방특색산업은 어떠한 상황에 있는 것일까? 여기에서, 나가사키현에 있어서의 지역특색산업의 현황을 개관한 뒤에, 지역특색산업 중에서도 착실히 출하액을 늘리고 있는 고토우동을 사례로서, 그 지역에 있어서의 평가, 상품·판매전략과 향후에의 전개에 대해서 살펴보자.

1. 현내의 지방특색산업의 현황

먼저, 지방특색산업이란 무엇인가를 확인해 두자. 중소기업청의 생각에 의하면 다음의 3개가 조건으로 제시된다.

- ① 그 지역의 자분을 근본으로 하는 중소기업이 일정지역에 밀집해 있다.
- ② 지역 내에서 산출하는 특산물 등을 주원료로서 가공하거나 축적된 경험자원(기술, 노동력, 자본 등)을 활용하여 다른 지역에서 원재료를 이입하여 가공한다.
- ③ 그 제품의 판매 경로를 그 지역뿐만 아니라 다른 지역(외수 요점)에서도 요구하고 있다.

따라서 요약하면, 특정의 지역에서 영위되어 온 전통적인 제조업이라고 말할 수 있다.

(1) 현내의 주요한 지방특색산업

나가사키현에는 현재, 어느 정도 지방특색산업이 있는 것일까? 대표적인 지방특색산업 으로서는 도자기, 중소 조선, 손으로 빚은 우동, 카스테라, 어묵, 청주·소주, 어묵, 제차 등이 있어, 그 밖에 주요한 산업은 <표 1>에 제시되어 있다.

<표 1> 나가사키현내의 지방특색산업

현의 남쪽 지역	수산연제품, 건어물, 승어, 카스테라 등 향토 과자, 된장 간장, 시마바라 소면, 청주, 축산식료품, 중소 조선, 수타칼날, 갑·산호 등
현의 북쪽 지역	수산연제품, 건어물, 향토 과자, 무 말랭이, 청주, 제차, 축산식료품, 도자기 등
섬 지역 (고토·이키·대마도)	수산가공·해조가공·계·오징어 등 수산가공, 고토우동, 고토산호, 고구마 떡 이키소주 등 백 기름 등

자료 : 나가사키현 지방특색산업 신비전 외

한편 제조업자에 의한 협동조합 등에 의해 조직화가 되어 있는 지방특색산업을 열거하면, 조선, 도자기, 어묵, 주류 등 주요한 산업만으로도 16업종이 있다(표 2).

이러한 산업 중에서 나가사키현(물산유통진흥과)이 진흥 사업의 대상으로 제시하고 있는 지방특색산업은 식료품8업종13품목, 비식료품4업종5품목, 합계12업종 18품목이다(표 3). 식료품의 내역을 보면, 축산식료품, 수산식료품(수산연제품, 수산통조림·병조림·해조가공품, 수보시·시오보시·건어물 등<이하 건어물 등이라 한다>, 냉동수산물), 야채·과일통조림·채소 절임(이하 통조림·채소 절임이라 한다), 된장·간장, 카스테라 등 향토 과자, 시마바라 수타(손으로 빚은)소면, 고토우동, 청주, 이키소주, 제차. 한편, 비식료품은 도자기, 아옹석(석공품), 나가사키 수타 칼날, 나가사키 대모갑, 고토 산호가 있다.

<표 2> 지방특색산업의 협동조합 등의 조직

조 직	소 재 지
나가사키현 통조림 공업(협)	나가사키시
나가사키 어묵 수산가공업(협)	나가사키시
나가사키현 조선(협)	나가사키시
나가사키 간장 된장 공업(협)	나가사키시
미카와우치 도자기 공업(협)	사세보시
나가사키현 주조 조합	이사하야시
히라도 카와우치 어묵 생산(협)	히라도시
나가사키현 시마바라수타소면(협) 연합회	미나미타카키군
하사미 도자기 공업(협)	히가시소노기군 하사미쵸
타카시마 석공업(협)	키타마추라군 타카시마쵸
고토수타우동(협)	신카미고토우쵸
고토수타우동(협)	고토시
고토 산호 공예(협)	고토시
이키 주조(협)	이키시
나가사키현 이키 성계 가공 사업(협)	이키시
나가사키현다 제차 도매상업(협)	히가시소노기군 히가시소노기쵸

자료 : 나가사키현 중소기업 단체 중앙회

<표 3> 나가사키현내의 지방특색산업

업 종		대상품목(주요한 산지)
식 료 품	축산식료품	축산 식료품
	수산식료품	수산 통조림·병조림 및 해조 가공품(이키시 외)
		수산연제품
		냉동 수산품·냉동 수산 제품
		수보시·시오보시·건어물 등 수산식료품
	농산보존식료품	야채·과일 통조림 및 야채 채소 절임
	된장·간장	된장·간장
	과자	카스테라 등 향토 과자
	면류	시마바라 수타소면
		고토 우동(신카미고토우초)
주류	청주	
	이키 소주	
제차	제차(히가시소노기초 외)	
비 식 료 품	중소조선	중소 조선(나가사키시, 사세보시 등)
	도자기	도자기(하사미초, 사세보시)
	석공품	아용석(타카시마초)
	이기공장도구	나가사키수타칼날(오오무라, 나가사키시 산와초)
	귀금속·보석제장신구	나가사키갑산호(나가사키시)
고토 산호(고토시 토미에초)		

자료 : 나가사키현 중소기업 단체 중앙회

(2) 현내의 지방특색산업의 규모

다음으로, 나가사키 현내의 지방특색산업의 현황을 데이터(나가사키현 물산유통진흥과가 정리함, 종업자수 4명 이상)에서 살펴보자. 여기서는 18품목 중에 데이터에 따른 11업종 17품목에 대해서 살펴본다.(축산식료품을 제외한다. 단, 면류, 주류, 귀금속 보석제장신구는 합계에 써 있는 숫자).

① 지방특색산업의 규모

먼저 2003년의 현내의 지방특색산업의 규모를 살펴 보면, 전체(17품목 합계)에서 사업소의 숫자는 1,018, 종업자수는 약12,500명, 제조품 출하액 등(이하, 출하액이라 한다.)이 1,188억엔으로 되어 있다(표 4). 현내의 제조업에 대한 시장 점유율을 살펴보면, 출하액이 9%이면서도 사업수의 숫자는 40%, 종업자수에서도 20%를 점하고 있는 등, 특히 고용면에서 큰 역할을 담당하고 있는 것을 알 수 있다.

비교적으로 규모가 큰 사업을 살펴보면, 사업소의 숫자는 면류가 313으로 가장 많고, 이하, 도자기 155, 건어물 등 149, 종업자수도 면류가 2.3천명으로 가장 많고, 이하, 향토 과자와 건어물 등이 1.9천명으로 그 뒤를 따르고 있다. 그리고, 출하액은 통조림·채소 절임 180억엔, 향토 과자 169억엔, 건어물 등 143억엔의 순서이다.

<표 4> 나가사키현의 지방특색산업의 규모(2003년 4명 이상의 사업소)

업 종 (품 목)	사업소수 (장소)	종업원수 (명)	출하액 (억엔)
수산식료품	304	4,480	440.6
수산통조림·병조림 및 해조가공품	23	536	71.5
수산연제품	89	1,091	92.8
냉동 수산품·냉동 수산제품	43	985	132.8
수보시·시오보시·건어물 등 수산식료품	149	1,868	143.5
야채·과일의 통조림 및 야채 채소 절임	33	997	179.8
된장·간장	24	361	52.5
과자(향토과자)	112	1,884	169.0
면류(수타소면·우동)	313	2,292	127.5
주류(청주, 소주)	21	316	79.6
제차	13	113	19.2
도자기	155	1,700	94.4
석공품(아웅석)	20	128	12.3
이기 공장품(나가사키수타칼날)	9	68	4.0
귀금속 보석(갑, 산호)	14	144	9.5
합 계 (A)	1,018	12,483	1,188
나가사키현의 제조업 전체 (B)	2,543	61,345	13,032
A×100/B	40.0%	20.3%	9.1%
가공조립형 제외한 제조업 전체 (C)	2,218	38,508	4,804
A×100/C	45.9%	32.4%	24.7%

자료 : 나가사키현 물산유통진흥과, 나가사키현 통계과 「나가사키현의 공업」

② 하나의 사업소 당, 종업원 한명 당으로 본 특징

또 하나의 사업소 당 종업원수를 살펴 보면, 통조림·채소 절임이 30명으로 가장 많고, 수산통조림·병조림·해조가공품, 냉동수산물·제품이 23명으로 그 뒤를 잇고 있다. 반면에 면류와 아용석, 나가사키 수타 칼날 등은 10명 이하이다(표 5).

하나의 사업소 당의 출하액은, 병조림·채소 절임이 54천만엔으로 가장 많고, 그 다음으로 많은 것은 주류로 38천만엔이다. 한편 면류와 나가사키 수타 칼날, 도자기, 갑·산호, 아용석은 4~6천만엔선에 머무르고 있다.

종업원 한 명당의 출하액은 주류가 2,519만엔으로 가장 많고, 면류와 도자기는 560만엔 정도에 그치고 있다. 또, 지방특색산업 전체는 952만엔으로, 일반기계·운송 기계·전기 등의 가공 조립형(일반기계·운송기계·전기 등)을 제외한 제조업 전체가 1,248엔인 것에 비교하면 3/4에 머무르고 있지만, 17품목 안에서 주류 등 6품목은 그 액수를 넘어서고 있어서, 품목에 의한 차이가 큰 것을 알 수 있다.

<표 5> 현재 지방산업의 특징(2003년 4명 이상의 사업소)

업 종 (품 목)	1사업소 당 종업원수 (장소)	1명 당 출하액 (만엔)	1사업소 당 출하액 (백만엔)
수산식료품	15	983	145
수산통조림·병조림 및 해조가공품	23	1,335	311
수산연제품	12	851	104
냉동 수산물·냉동 수산제품	23	1,348	309
수보시·시오보시·건어물 등 수산식료품	13	768	96
야채·과일의 통조림 및 야채 채소 절임	30	1,804	545
된장·간장	15	1,455	219
과자(향토과자)	17	897	151
면류(수타소면·우동)	7	556	41
주류(청주, 소주)	15	2,519	379
제차	9	1,703	148
도자기	11	555	61
석공품(아용석)	6	957	61
이기 공장품(나가사키수타칼날)	8	588	44
귀금속 보석(갑, 산호)	10	662	68
합 계 (A)	12	952	117
나가사키현의 제조업 전체 (B)	24	2,124	512
A×100/B	50.8%	44.8%	22.8%
가공조립형 제외한 제조업 전체 (C)	17	1,248	217
A×100/C	70.6%	76.3%	53.9%

자료 : 나가사키현 물산유통진흥과, 나가사키현 통계과 「나가사키현의 공업」

(3) 근년의 추이

① 사업소의 수

먼저, 사업소의 수를 살펴보면, 지방특색산업 전체에서 1998년에는 1,145였던 것이 조금씩 감소하는 경향이 있어, 2003년에는 1,018으로 11% 감소하였다(표 6). 무엇보다도 제조업 전체(가공 조립형을 제외함)는 이 기간 동안 17% 감소하고 있어서 전체의 감소폭에 비해 감소폭이 작은 것을 알 수 있다.

각 업종 가운데, 감소가 눈에 띄는 것은 제차(32%감소), 갑·산호(26%감소), 건어물 등 (22% 감소)이다. 한편, 아용석이나 주류는 증가하거나 이전상태를 유지하고 있다.

<표 6> 나가사키현의 주된 지방특색산업의 사업소수의 추이

연도	사업소수 (장소)						지수1998년=100					
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	1998	1999	2000	2001	2002	2003
수산 통조림·병조림 및 해조가공품	23	20	20	22	23	23	100	87	87	96	100	100
수산연제품	95	92	92	85	86	89	100	97	97	89	91	94
냉동 수산물·냉동 수산 제품	48	48	50	49	44	43	100	100	104	102	92	90
수보사·시오보사·건어물등 수산식료품	192	186	183	169	160	149	100	97	95	88	83	78
야채·과일의 통조림 및 야채채소절임	35	35	34	36	33	33	100	100	97	103	94	94
된장·간장	27	25	24	25	23	24	100	93	89	93	85	89
과자(향토 과자)	120	110	108	103	109	112	100	92	90	86	91	93
면류(수연소면·우동)	337	320	332	312	307	313	100	95	99	93	91	93
주류(청주, 소주)	20	21	21	21	21	21	100	105	105	105	105	105
제차	19	15	17	14	13	13	100	79	89	74	68	68
도자기	182	180	166	162	156	155	100	99	91	89	86	85
석공품(아용석)	17	16	18	19	18	20	100	94	106	112	106	118
이기 공장품(나가사키수타칼날)	11	12	11	8	7	9	100	109	100	73	64	82
귀금속 보석(갑, 산호)	19	19	19	16	15	14	100	100	100	84	79	74
합계	1,145	1,099	1,095	1,041	1,015	1,018	100	96	96	91	89	89
나가사키현의 제조업 전체	3,052	2,867	2,853	2,684	2,564	2,543	100	94	93	88	84	83
가공조립형 제외한 제조업 전체	2,678	2,521	2,502	2,352	2,246	2,218	100	94	93	88	84	83

자료 : 나가사키현 물산 유통 진흥과, 나가사키현 통계과 「나가사키현의 공업」

② 종업원의 수

종업원의 수를 보면, 지방특색산업 전체에서는 1998년의 13,792명에서 감소하는 경향이 있어 2003년에는 9% 감소해서 12,483명으로 되었다. 그러나 제조업 전체(가공 조립형을 제외함)가 24%로 감소한 것에 비교하면 감소폭이 매우 적고, 고용을 유지하고 있는 면에서도 공헌하고 있는 것을 알 수 있다.

또, 감소가 눈에 띄는 것은 갑·산호(38%감소), 도자기(33%감소), 건어물 등(16% 감소) 등이고, 한편으로는 향토 과자(10% 증가), 아용석(8% 증가), 수산연제품(3% 증가) 등 증가하고 있는 업종도 보여지고 있다.

<표 7> 나가사키현의 주된 지방특색산업의 종업원수의 추이

연도	종업원수 (명)						지수(1998년=100)					
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	1998	1999	2000	2001	2002	2003
수산 통조림·병조림 및 해조가공품	531	513	507	538	553	536	100	97	95	101	104	101
수산연제품	1,055	1,017	989	1,107	1,119	1,091	100	96	94	105	106	103
냉동 수산물·냉동 수산제품	1,008	1,022	1,052	1,030	979	985	100	101	104	102	97	98
수보사시오보사건어물등 수산식품	2,235	2,151	2,185	2,203	2,043	1,868	100	96	98	99	91	84
이차과일의 통조림 및 이차채소절임	1,101	1,435	1,029	1,456	1,021	997	100	130	93	132	93	91
된장간장	379	350	356	389	387	361	100	92	94	103	102	95
과자(향토 과자)	1,718	1,650	1,675	1,698	1,850	1,884	100	96	97	99	108	110
면류(수연소면·우동)	2,363	2,268	2,326	2,303	2,285	2,292	100	96	98	97	97	97
주류(청주, 소주)	316	315	311	306	320	316	100	100	98	97	101	100
제차	131	101	118	120	111	113	100	77	90	92	85	86
도자기	2,534	2,365	2,056	1,839	1,740	1,700	100	93	81	73	69	67
석공품(아용석)	118	114	125	124	124	128	100	97	106	105	105	108
이차공장품(나미카키타립낱)	69	88	81	58	51	68	100	128	117	84	74	99
귀금속 보석(갑, 산호)	234	226	214	174	152	144	100	97	91	74	65	62
합계	13,792	13,615	13,024	13,345	12,735	12,483	100	99	94	97	92	91
나미카키현의 제조업 전체	75,997	72,003	69,374	66,220	62,957	61,345	100	95	91	87	83	81
가공조립형 제외한 제조업 전체	50,365	46,653	44,939	43,377	40,705	38,508	100	93	89	86	81	76

자료: 나미카키현 물산유통진흥과, 나미카키현 통계과 「나미카키현의 공업」

③ 출하액

마지막으로 출하액을 살펴보면 지방 산업 전체는 1998년의 1,402억엔에서 2003년에는 1,188억엔으로 15% 감소하고 있지만, 제조업 전체(가공 조립형을 제외함)의 감소율(20%) 보다는 작은 감소폭을 보이고 있다(표 8).

감소가 눈에 띄는 것은 갑·산호(54% 감소), 도자기(41% 감소), 제차(25% 감소) 등이다. 한편, 나가사키 수타 칼날과 청주·소주, 아용석, 향토 과자 등은 비교적 작은 폭의 감소에 그치고 있다. 이 중에서 청주·소주에 대해서는 청주가 감소 경향에 있는 가운데, 최근의 전국적인 소주 소비의 확대를 배경으로 이키소주의 출하액이 대폭적인 증가를 보이고 있다.

<표 8> 나가사키현의 주된 지방특색산업의 제조품 출하액 등의 추이

연도	製造品出荷額等 (億円)						指? 1998年=100					
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	1998	1999	2000	2001	2002	2003
수산 통조림·병조림 및 해조식품	74.5	82.6	82.5	71.5	65.0	71.5	100	111	111	96	87	96
수산연제품	91.7	88.4	84.4	94.8	94.7	92.8	100	96	92	103	103	101
냉동 수산물·냉동 수산 제품	177.1	155.6	155.4	170.3	145.6	132.8	100	88	88	96	82	75
수보사시오보사건어물등 수산식품	173.0	173.1	172.5	185.2	176.0	143.5	100	100	100	107	102	83
야채·과일의 통조림 및 야채·채소절임	202.2	248.3	176.3	254.2	216.3	179.8	100	123	87	126	107	89
된장·간장	59.7	51.8	57.2	56.7	54.5	52.5	100	87	96	95	91	88
과자(향토 과자)	178.8	175.0	153.5	168.7	169.8	169.0	100	98	86	94	95	95
면류(수연소면·우동)	139.8	133.4	134.7	135.2	131.3	127.5	100	95	96	97	94	91
주류(청주, 소주)	83.4	82.3	75.6	79.3	95.8	79.6	100	99	91	95	115	95
제차	25.6	23.8	31.2	22.7	19.5	19.2	100	93	122	89	76	75
도자기	159.1	147.8	123.5	104.1	100.1	94.4	100	93	78	65	63	59
석공품(이음석)	12.9	13.7	13.2	12.8	13.7	12.3	100	106	102	99	106	95
이끼 공작품(나미카미카타탈날)	3.9	8.7	8.4	5.6	4.1	4.0	100	221	213	142	103	102
귀금속 보석(갑, 산화)	20.5	18.5	16.2	12.3	10.2	9.5	100	90	79	60	50	46
합계	1,402	1,403	1,284	1,373	1,297	1,188	100	100	92	98	92	85
나미카미현의 제조업 전체	15,584	13,897	15,371	16,389	14,935	13,032	100	89	99	105	96	84
가공조립형 제외한 제조업 전체	5,996	5,612	5,582	5,431	5,176	4,804	100	94	93	91	86	80

자료 : 나가사키현 물산 유통 진흥과, 나가사키현 통계과 「나가사키현의 공업」

(4) 건투가 눈에 띄는 이키소주와 고토우동

여태까지 살펴 본 바로는 현내의 지방특색산업은 제조업 전체(가공 조립형을 제외함)의 움직임에 비해 사업소 수, 종업원 수, 출하액의 감소폭이 작고, 비교적으로 건투하고 있는 것을 알 수 있다. 지금까지의 총계 데이터상에서는 어떤 지방특색산업이 성장하고 있는 지를 명확히 하고 있지 않지만, 착실하게 생산·매상을 확대하고 있는 사업이 이키섬의 이키소주와 카미고토의 고토우동이다.

먼저 이키소주를 살펴보면, 16세기부터 만들기 시작한 것은 보리소주이다. 이키는 일본의 보리소주의 발상지로 1995년에 국세청으로부터 산지 브랜드지정을 받고 있다. 섬내에서는 일곱개의 소주의 주조장이 있어, 각각이 개성적인 보리소주를 생산하고 있다. 최근의 전국적인 소주 수요의 확대를 배경으로, 이키소주의 생산액은 2000년도의 14억엔에서 2004년도에는 32억엔으로 연율20%를 넘어선 대폭의 성장을 보이고 있다.

한편, 고토우동도 그 역사는 8세기의 카미고토의 지역 특유의 제법에 의한 건조면으로, 제조업자는 30명을 넘어서고 있다. 요즘에는 인기가 높아지고 있어서, 출하액은 2000년도의 6억엔에서 2004년도에는 8억엔으로 연율7%정도의 성장을 보이고 있다.

어느 쪽도 떨어진 섬이며, 기후·풍토에 근거한 지방특색산업으로 그 독특한 개성적인 제품이 지금 소비 시장에서 독자적인 지위를 확립하고 있다.

여기서, 지금부터 그 상황을 고토우동을 예로서 살펴보자.

2. 사례로 보는 지방특색산업

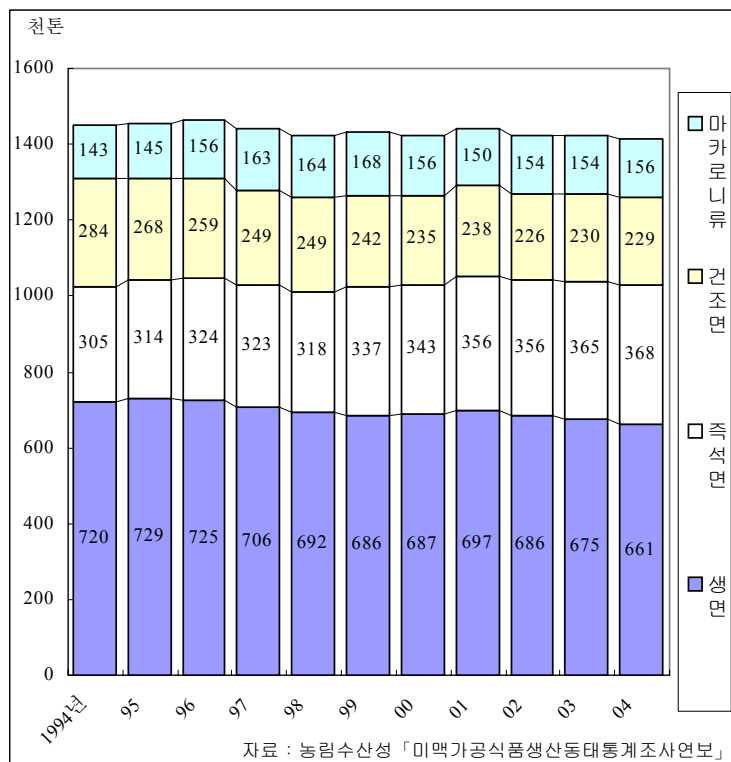
- 지역이 기대하는 고토우동 -

고토우동은 나가사키현 서쪽의 동지나해에 떠있는 고토 열도의 카미고토 지역(신카미고토 마을, 인구 2만6천명)에 전해지는 전통적인 면에 그 특징이 있다. 고급의 밀가루에 자연산 소금, 물을 더하여 고토 특산의 동백 기름을 넣어 펼친 다음, 숙성시켜 완성하는 수타(손으로 빚은) 우동이다. 풍미가 좋아 부드럽고 허리가 강한 특징이 있다. 그 기원은 명확하지 않지만, 8세기경의 경당사선의 왕복에 의해 생겨났다는 설이 있는 등 긴 역사를 가지고 있다. 이나니와우동(아키타현), 미르사와우동(군마현)과 함께 일본의 3대 우동이라 불려, 지금은 전국적으로도 주목받고 있다.

(1) 면류의 생산 동향과 수타(손으로 빚은)우동

먼저, 우동을 포함한 면류 전체의 전국적인 동향을 확인해 두자. 최근 10년간(1994~2004년)의 면류의 생산량(원료 밀가루 사용량)은 대체로 변동되고 있지 않다. 하지만 내역을 보면, 즉석면이 점유율을 높이는 한편, 생면과 건조면(고토우동이 해당)이 저하 경향을 보이고 있는 것을 알 수 있다.(그림 1)

건조면 안에서도 고토우동이 분류되어지는 수타(손으로 빚은)우동의 생산량을 보면, 지금 5~6천톤



<그림 1> 면류의 생산량(원료 밀가루 사용량)의 추이

으로 시장은 정체되어 있는 것을 알 수 있다(표 9). 그리고 면류 전체에서 수타우동의 점유율은 불과 0.3~0.4%, 건조한 면의 점유율도 2.0~2.5% 정도로 니치시장이라고 말할 수 있다.

<표 9> 면류의 생산수량(원료 밀가루 사용량)

(단위 : 천톤, %)

연 도						면류
	수타우동	건조 면	생 면	즉석 면	마카로 니류	
2000년	5.9	235	687	343	156	1,421
2001년	5.7	239	696	356	150	1,441
2002년	5.4	226	686	357	154	1,423
2003년	5.8	230	675	365	154	1,425
2004년	4.7	229	661	368	156	1,414
점유율						
2000년	0.42	16.5	48.3	24.1	11.0	100.0
2001년	0.39	16.6	48.3	24.7	10.4	100.0
2002년	0.38	15.9	48.2	25.1	10.8	100.0
2003년	0.41	16.2	47.4	25.6	10.8	100.0
2004년	0.34	16.2	46.7	26.0	11.0	100.0

자료 : 농림수산성 「미백가공식품 생산 동태 통계조사연보」

나가사키현의 수타(손으로 빻은)우동의 생산량 전국2위

그러나 그 니치한 수타(손으로 빻은)우동 시장안에서도 나가사키현은 큰 지위를 점하고 있다. 도도후현별의 생산량(2003년)을 보면, 나가사키현은 1,332톤으로 오카야마현(1,792톤)에 뒤를 이어 전국 제2위를 차지하고 있다. 전국 점유율도 22.9%로 2할을 넘는 전국 굴지의 생산지이다(표 10). 그리고 그 주요한 생산지가 신카미고토마을로서, 현내의 9할 가깝게 점하고 있다고 볼 수 있다.

<표 10> 건조 면류 안 '수타우동'의 도도부현별 생산량

(단위 : 밀가루 사용톤, %)

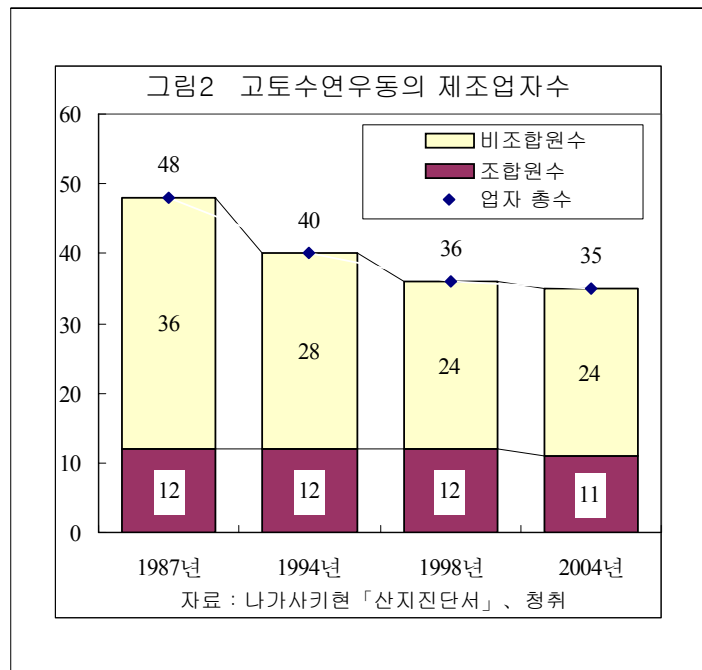
연 도	항 목	전국합계	1위	2위	3위
2000년	현		오카야마	나가사키	아이치
	생산량	5,931	2,052	1,169	622
	점유율	100.0	34.6	19.7	10.5
2001년	현		오카야마	나가사키	아이치
	생산량	5,656	1,989	1,220	526
	점유율	100.0	35.2	21.6	9.3
2002년	현		오카야마	나가사키	아이치
	생산량	5,406	2,008	1,339	457
	점유율	100.0	37.1	24.8	8.4
2003년	현		오카야마	나가사키	아이치
	생산량	5,818	1,792	1,332	681
	점유율	100.0	30.8	22.9	11.7

자료 : 농림수산성 『미백가공식품 생산 동태 통계조사연보』

(2) 카미고토지역의 생산지의 상황

신카미고토마을에 걸친 고토우동의 제조업자수는 가내공업적인 업자도 포함하여 현재 35사(일부, 고토시를 포함함)이다. 1990년대에는 감소 경향을 보이던 제조업자수도 요즘에는 변동하지 않고 있다.

그리고 요즘에는 고용자를 가진 비교적 규모가 큰 제조업자로 구성된 『고토수타우동 협동조합』의 조합원수는 발족 당시로부터 변함없이 현재 11사(발족으로부터 20년은 12사)이다(그림 2).



<그림 2> 고토수타우동의 제조업자수

한편, 고용면을 살펴보면, 현재 종업원의 총수는 190명(정사와 아르바이트생이 반반, 남성이 4분의 1)으로, 이것은 신카미고토마을의 제조업의 종업원수 523명(2003년 공업 통계, 3명 이하를 포함하는 전사업소)의 4할을 점하고 있다(표 11). 출하액을 보아도 제조업 전체의 2할을 조금 넘게 점하고 있어 수산가공업과 나란히 지역의 기간 산업인 것을 알 수 있다.

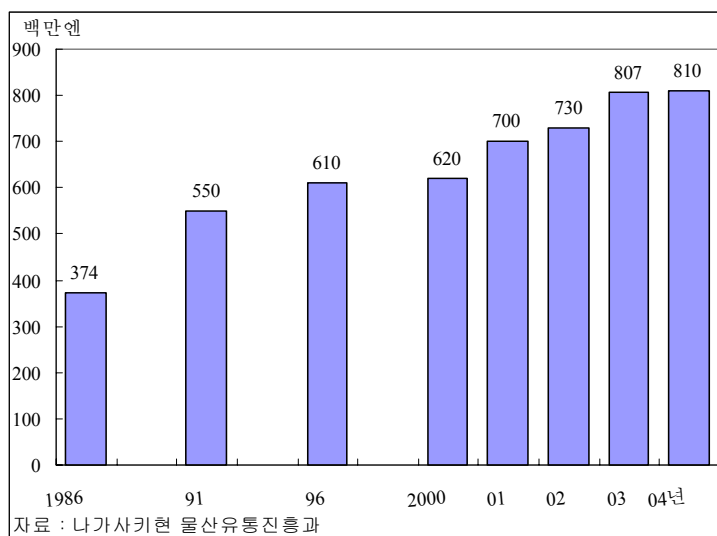
<표 11> 신카미고토마을의 제조업(2003년)(종업원 3명 이상의 사업소를 포함함)

항 목	종업원 수(명)	출하액(억엔)
제 조 업	523	34
고토수타우동	190	8
점 유 율	36.3%	22.5%

자료 : 공업통계, 나가사키현 물산유통진

착실히 성장하는 출하액

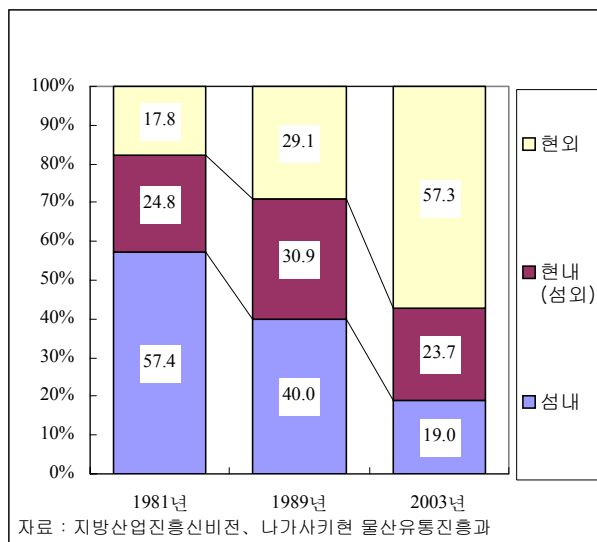
고토우동의 출하액(나가사키현 추계)을 보면, 1986년의 3.7억엔에서 '96년에는 6.1억엔으로 1.6배로 증가하였다. 그 뒤에도 2001년에 7억엔, '03년에는 8억엔을 돌파하는 등, 착실히 확대되고 있다(그림 3). 이것은 판로가 지방중심소비에서, 섬외, 전국으로 넓어진 것을 나타내고 있다. 그리고 생산 확대에 인해, 제조에 사용하는 고토 동백 기름 이나 천연 소금, 세트로 판매되는 아고 국물(우동 국물용)등 지방 수산가공업의 매상의 확대로 연결되고 있는 것도 빼 놓을 수 없다.



<그림 3> 고토수타우동의 출하액(추계)의 추이

확대되는 판매로

조합원의 출하액에 대한 그 판매로를 살펴보면, 1981년 당시는 지방(섬내)이 57%, 현내(섬외)가 25%로 현내가 8할을 조금 넘게 점하고 있었고, 현외는 2할에 미쳤다. 하지만 2003년에는 반대로 지방이 2할로 저하, 현외가 57%을 점하게 되었다(그림 4). 또, 현외의 내역을 살펴보면, 관서가 36%, 관동이 28%, 큐슈가 26%로 대소비지에의 판매로가 확대되고 있다.



<그림 4> 출하처 지역구성의 추이(조합원의 총 출하액 베이스)

또, 판매 형태는 도매가 38%, 직매(통신판매 등)가 40%, 고토수타우동협동조합이 21%로 '86년 당시에는 45%을 점하고 있던 도매상의 비율이 저하되었다. 그리고 소비자를 향한 통신 판매 등의 직매가 착실히 확대되고 있는 것이 주목되고 있다. 고토수타우동협동조합이나 유력업자는 수천명의 규모의 고객을 획득하고 있는 외에, 최근에는 인터넷상의 전자상점의 분점이나, 각사가 독자 홈페이지를 개설해 통신 판매에도(조합원의 안에서 4사) 확대되고 있어, 새로운 판매 채널로서 정착되고 있다.

(3) 지방특색산업으로의 발전 경위

고토우동의 역사는 오래되었으나, 지방특색산업으로서 확립된 것은 1970년대 이후로 그다지 오래되지 않았다. 그 전까지는 『부업정도』로 각 가정의 여성들이 자가 소비·현내 소비정도의 양을 조금씩 생산하여 왔다. 하지만, 본격적으로 사업으로서 우동을

만들기 위해 종업원을 고용하고 일부를 기계화해, 생산량을 늘리는 제조업자(오오타제면소, 하마자키제면소, 마스다제면 등)가 등장하여, 섬외로 판매의 확대에 몰두할 수 있게 되었다. 현내의 백화점을 시작으로 소매소에의 판매의 확장이나 도매상 루트의 개척을 진행하는 한편, 나가사키현이 대도시 등에 개최하는 현토산물전 등에의 출전을 통하여 소비자, 바이어에의 침투를 꾀하고 있다.

거액 주문을 계기로 조합 설립

전환기가 방문한 것은 1980년대초이다. 외식 체인에서의 대량 주문을 받은 제조업자가 자기 회사만으로는 대응할 수 없었기 때문에, 당시 사업화하고 있던 제조업자가 품질 등을 통일하여 분단체 생산하는 것으로 할 수밖에 없었다. 이것을 계기로 생산량이 확대되어, '84년에는 12업자가 참가하여 공동판매 및 원료(밀가루 등)공통구입을 주사업으로 하는 고토수타우동협동조합이 발족하였다.

동조합에서는 공동판매용에 『카와노 이토』라고 하는 통일 브랜드를 설정해, 각조합원 으로부터 일정의 품질 기준에 기초한 제품을 만들게 하여 판매를 시작하였다. 각종의 토산물전·백화점의 전시 등에 적극적으로 참가하는 동시에, 통신 판매의 확대 등을 통하여, 매상은 착실한 증가를 보이고 있다. 최근 10년간에는 연5%의 성장을 기록하고 있고, 2003년에는 1.3억엔을 기록하고 있다.

유력업자가 견인

무엇보다 동조합이 통일 브랜드를 사용하여 안정한 주문량을 확보하고 있는 한편, 조합원 각사는 독자의 브랜드를 가지고 독립의 판매를 하고 있으며, 통일 브랜드의 생산 에도 열심히 노력하고 있다.

특히, 독자적인 브랜드로 실적을 늘려, 고토우동의 생산 확대를 견인하고 있는 것이 하마자키제면소, 마스다제면소 등의 유력제조업자이다. 멀리는 북해도의 토산물 전시회 등에까지 출전하는 등 적극적인 PR활동을 전개하고 있는 동시에 품질향상과 신상품개발에 주력하고 있다. 양쪽 모두가 급격한 매상 확대보다도 착실한 성장을 지향하고 있으며, 어떻게 고부가가치의 상품을 만들어 낼지에 주력하고 있다.

- 창업 35년을 맞이하는 (유)하마자키제면소에서는 5년에 8상품을 개발하는 등, 전통적인 고토우동(술으로 삶은 방면)만에 의지 하지 않는 상품의 개발에 노력하고 있다. 예를 들면, 이나니와우동, 사누키우동이라 불리는 다른 지방의 우동이 가진 장점을 적극적으로 살리는 한편, 여러가지 먹는 방법(따뜻하게, 시원하게, 찌개, 스파게티 등)을 제안

하거나, 다양한 형태·색·향기의 상품을 개발하는 등 융통성 있는 발상을 살리고 있다.

신제품은 통신판매점(소비자)에 무료로 배포하여 시식하게 하여 반응을 보고 개선을 거듭하여 상품화를 하고 있다. 벌써 여름철에는 자루우동, 겨울철에는 찌개용으로 두꺼운 면 등이 상품화되고 있다. 전통 술용의 자루우동과 찌개용 우동을 더하여 3분주류 기본 상품으로 하고, 이것에 여러가지 상품들을 더하는 방침이다. 무리하게 양의 확대 보다는 높은 부가가치의 상품을 만드는 것으로 상품 단가의 인상과 착실하게 오랫동안 팔 수 있는 고토우동 만들기를 목표로 하고 있다.

- 창업29년의(주)마스다제면도 품질향상, 신상품 개발에 적극적으로 참가하고 있고, 여름철용의 자루 우동이나, 털 익은 면, 냉동 우동을 시작으로 그 지방의 소재를 살리는 상품의 개발을 진행하고 있다. 높은 부가가치화, 단가의 인상에 주력하고 있다.

병행하여 88년에는 소비자의 필요를 살피는 안테나숍으로 고토우동 전문점 「죽취청」을 개점. 현재에는 직영2점포(신카미고토마을) 외에 그룹·제휴한 우동점(상품 공급)이 현내 6점포(나가사키시2), 후쿠오카시2점포 등으로 넓어지고 있다. 또, 체인 전개도 시야에 들어 와서, 고토 우동의 PR·시장 확대에 이어가고 있다.

또, 최근에는 사장들이 텔레비전의 음식 프로그램에 등장(티비챔피언 「각산지대향 전국 우동 장인선수권」, 「어느 쪽 요리쇼」)한 적도 있어, 전국적인 지명도의 향상에 공헌하고 있다.

자랑할 수 있는 특산품, 그 지방의 주민도 재인식

원래부터 고토우동은 현내에서 생산 소비되었던 것으로, 현외의 섬내 출신자·친척 등에 보내지는 정도였지만, 그 이익분배·소문 등을 통하여 조금씩 확장된 경위가 있다. 그 뒤로도 소비자에게 시식하게 하여 그 맛을 실감하게 하는 제조업자와 조합 등에 의한 착실한 PR활동이 성공하여 고객을 확보하게 되었다. 그리고 고객의 증여품으로 사용·구전 등을 통해 고객이 많아지고 있다. 그리고 미식가 등에 의한 「환상의 우동」, 「일본삼대우동」이라는 평가가 텔레비전이나 신문·잡지 등의 매스콤에 의해 전해져, 전국적인 지명도도 조금씩 높아지고 있다. 동시에 그 지방의 주민 안에서도 고토 우동의 맛있음을 재인식하게 되어 지역의 자랑스러운 특산품으로 적극적으로 PR해 가자라는 인식이 생기게 된 것도 고토 우동의 침투로 이어지고 있다.

물론 행정도 귀중한 지역 특산품으로서의 판로 개척 등에 노력하고 있다. 또 평소에도, 예를 들면 10년전부터 시작된 철인3종경기대회의 참가자(매회2~3백명정도)에게 특산물로 고토우동을 기부하는 등, 착실한 노력을 하고 있다.

(4) 해결해야 하는 과제

지방특색산업으로서 지위를 굳혀 성장하고 있는 고토우동도 과제를 가지고 있다. 주요한 과제로는 다음의 3가지를 들 수 있다.

① 판매 가격

먼저, 저가격에 만족하는 상황을 들 수 있다. 판매가격은 20년간 대체로 250~300엔(/300g)정도에 그치고 있어, 이나니와 우동이 800~900엔(/300g)인 것에 비해 분명하게 열등한 상황이며, 브랜드 힘의 약함은 명백하다. 그러하기에 어떻게 하면 브랜드의 힘을 기를 수가 있을지가 큰 과제가 되고 있다.

② 품질 · 생산체제

다음으로, 품질 · 생산체제의 과제를 들 수 있다. 수요가 착실하게 확대되는 가운데 안정적으로 고품질의 우동을 생산 · 공급하기 위한 체제 만들기는 향후의 발전에 빠질 수 없는 부분이다. 그러나 현재의 상황은 업자간에 품질의 격차가 있는 등, 산지 전체의 생산 · 공급 체제는 취약한 실정이다.

생산 능력이나 품질 관리, 개발력, 경영 전략 등이 제조업자간의 격차가 큰 외에, 소규모업자가 집중해 있는 발상지 · 후나사키 지구에서는 고령화와 후계자가 없는 상황이어서 향후의 사업의 운명이 불안한 상황도 볼 수 있다.

③ 생산의 평준화 · 안정화

그 다음으로는 연간 생산이 될 수 없는 점을 들 수 있다. 현재에는 중원 · 연말선물의 여름철, 겨울철에 수요가 피크에 달하여 그 전의 수 개월간에 생산이 집중하는 한편, 그 외의 시기에는 극단적인 생산율이 저하되는 실정이다. 그렇기 때문에 안정적인 생산에는 비축시설의 정비 등이 과제가 되고 있다. 또, 생산의 평준화를 향하여 연중형의 상품 개발도 요구되고 있다.

이러한 가운데, 현이나 지방자치체의 본격적인 지원 사업이 산지의 새로운 비약의 기회로서 기대되고 있다.

(5) 기대되는 자치체의 지원

① 고토우동의 마을

작년4월, 구아리가와마을이 아리가와항 터미널 매립지에 고토 우동의 PR거점시설로

『고토우동의 마을』을 건설했다. 고토 우동의 제조 공정의 견학이나 우동 만들기 체험이 가능한 외에, 관련자료의 전시코너, 레스토랑, 특산품판매코너가 있고, 고토수타우동협동조합도 입거하고 있다.

또, 과제가 되고 있던 상품의 비축시설이 병설되어, 생산의 평준화 대책에 활용할 수 있다고 기대되고 있다. 그 외에 공장 설비에의 신상품 개발도 가능하게 되었으며, 서해 국립공원 안에 위치하는 입지를 살리는 지방 상품(자연소금, 아고 국물, 고토 동백 기름, 등)에 의한 고부가가치의 통일 브랜드상품의 개발도 검토되고 있다. 그리고, 향후에 전통 기술계승의 후계자 육성 시설로서도 활용할 계획이다.



② 나가사키 산지 브랜드 확립지원사업

한편, 나가사키현(물산유통진흥과)에서는 나가사키 산지 브랜드 확립지원사업의 대상에 고토 우동을 선정하여 2005, 2006년도의 2년간에 걸쳐, 신카미고토마을과 공동으로 사업을 실시한다. 이것은 산지가 하나가 되어 PR이나 판로 확대 등 산지 브랜드를 확립하기 위한 사업을 위해 조성된 것이다. 고토수타우동협동조합이 중심이 되어, 미가입 업자를 포함한 산지 전체의 제조업자를 대상으로 하고 있는 장점이 있어, 공동PR사업이나 시식·선전 활동, 지역의 전업자를 망라한 카탈로그의 작성, 우동에 관한 심포지엄의 개최 등이 계획되고 있다.

인증제도에 대한 기대

그 중에도 가장 주목되고 있는 것은 인증제도 만들기이다. 고토우동의 브랜드의 힘을 높이기 위해서는 각 업자가 만든 고토우동의 격차를 없게 하여 고품질로 해 가는 것이 무엇보다도 중요한 것은 말 할 가치도 없다. 그러기 위해서는 전업자가 참가한 고토우동

생산협의회(가칭)을 발족시켜, 고토우동으로서의 인증 기준(제법, 원료 등)을 설정하는 동시에 객관적인 조사가 가능한 체제 만들기와 제조 기술과 불량품(건조부족, 면의 굵기의 불균일, 면이 끊김 등)을 방지하는 노하우 등을 산지 전체가 공유 할 수 있는 시스템 만들기를 진행시킬 계획이다.

이러한 산지 전체가 임하는 각종 사업을 통해, 전국 브랜드를 지향하는 체제 만들기가 진행된다면, 산지의 발전에 연결되며, 행정은 물론 조합·조합원에도 기대되는 바가 크다. 무엇보다도, 각각이 독자적인 노하우를 가진 일국일성의 주인인 것을 참고하면, 산지 전체가 통일 브랜드에 결집하는 것은 쉬운 일이 아니다. 그러나, 고토우동의 품질 기준이 통일된다면, 나머지는 제조업자 각사가 기본을 중요시하여 공부·노력해 각각 자랑의 우동을 만들어(현재에도 브랜드는 30개가 넘음), 그것이 얼굴이 보이는 상품 만들기에 연결되어, 산지의 매력이 되는 것도 기대된다.

(6) 고조되는 기간산업으로서의 기대

카미고토 지역의 경제 환경을 보면, 인구 감소가 계속 되는 가운데, 기간산업의 건설업이 공공 공사 감축의 영향을 받아 어려운 경영 상황에 있다. 수산업도 양륙 감소로부터 침체되고 있어, 고용 장소의 확보가 큰 과제가 되고 있다. 이러한 가운데, 생산 확대 경향에 있는 고토우동에 대한 고용 확대에의 기대는 매우 크다. 고토 우동의 생산 확대가, 다른 지방특색 산업의 상품(천연소금, 아고 국물, 고토 동백 기름 등)의 수요증가·생산 확대로 이어지는 효과가 있다.



이 때문에, 기존의 고토우동 제조업자의 사업 확대나 가족 경영에서 기업에의 탈피, 건설업을 시작해 타업종의 참가에 대해서도 기대하고 환영하는 소리가, 행정뿐만이 아니라 유력한 우동 제조업자로부터도 들리고 있다. 이것을 가능하게 하기 위해서도, 고토 우동의 브랜드의 힘을 높여 수요 확대를 도모해, 산지를 활성화하는 것이 요구되고 있다.

또, 고토우동의 전국적인 지명도의 향상은, 카미고토 지역의 관광 진흥에도 연결되는 것이 기대된다. 벌써 체험형 관광의 메뉴로서 고토우동 만들기 체험이 실시되고 있다.

또, 고토우동이라고 해도, 후나사키 지구는 옛날부터 수작업이 대부분으로 생산량도 적기 때문에, 신카미고토마을에 오지 않으면 맛볼 수 없는 문자 그대로 「환상의 우동」이며, 그 희소 가치는 관광면에서도 매력이 될 것이다.

(7) 참고가 되는 이나니와 우동의 대처

2003년도 탁월한 기술의 능력을 가진 「현대의 명공」(후생 노동성 표창)에 이나니와 우동(아키타현 이나니와마을)의 제면사의 사토양조씨가 임명되었다. 표창된 이유는 「300년의 전통적인 제조 기술의 습득·기술 향상에 노력해 신종의 우동을 고안하여 판로 확대에 성공, 이나니와 우동의 연중 제조 기술을 확립. 또, 그 기술의 개방에도 노력해 이나니와 우동 업계의 약진의 주춧돌이 되어 아키타현을 대표하는 특산품에 길러냈다」라는 것이다. 현재, 약 40업자, 연간 출하액수 40억엔(2002년, 이나니와마을)의 지역의 기간 산업이 되었다. 그 계기는 1972년에 사토씨가 우동 만들기를 지방특색산업으로 만들기 위해 전통 제법을 공개한 것에 있다. 그로 인해 주로 증답용의 고급 브랜드품으로서 판로가 넓어져, 그 브랜드의 힘이 산지 형성으로 연결되었다. 무엇보다도 유사품·조악품의 등장에 애를 먹고 있다. 그래서 그 대책으로서 '99년에 인증 마크를 도입, '01년에 아키타현 이나니와 우동 협동조합을 발족, '05년에는 이나니와 우동의 '정의'를 책정하는 등 노력을 계속하고 있다. 이것으로부터 알 수 있듯이 산지로서의 브랜드 유지·향상에는 부단한 노력이 불가결한 현실인 것이다.

기술을 살려 연마하는 산지 만들기

이나니와 우동의 추이를 살펴보면, 향후의 고토우동의 발전에 빠뜨릴 수 없는 것이 시사되어 있다. 그것은 전통 기술을 소중히 하는 동시에, 그것을 연마하여 향상시키는 것, 그리고 전통 기술의 공개·공유에 의해 산지 형성·발전이 연결하는 것이다. 고토우동의 산지에서는 지금 확실히 이러한 노력이 시작되고 있고, 산지 브랜드 확립지원사업을 기회로, 산지 활성화·레벨업을 향해 유력 업자에 의한 신규 참가 업자 등への 지도·조언, 스터디 그룹 개최 등의 움직임도 생겨나고 있다. 예를 들면, 마스다 제면에서는 제분 업계의 협력을 얻어 품질 향상·신상품 개발을 향한 스터디 그룹을 시작하고 있다. 그리고 건강·영양학에 근거한 원료, 제법, 품질관리 등 고부가가치의 우동 만들기를 목표로 해, 이것을 산지를 위한 활동으로 넓혀가고 있다.

맺음말

거대한 면시장 안에서 수타우동이라고 하는 니치 시장에서 존재감을 늘리고 있는 고토우동은, 단순한 지방특색산업이지 않고 현지의 귀중한 성장 산업이다. 그리고 지역 자원의 유효 활용, 관광 자원이라고 하는 의미에서도, 가지고 있는 기대가 크다. 그러하기에,

고토우동의 전통을 베이스로 부단한 연구와 개발을 진행시키는 산지 만들기가 필요하고, 가까운 장래 『현대의 명공』이 탄생하는 산지로서 발전하는 것이 기대된다.

어느 쪽에 있어, 고토우동의 예로부터 알 수 있듯이, 지방특색산업은 지역의 귀중한 재산이며, 그 발전에 지혜를 짜는 것은 지역 활성화에 불가결이라고 말 할 수 있다.