

現代人における年中行事と見出される意味 — 恵方巻を事例として —

沓沢博行*

1. はじめに

私は、秋田県秋田市で生まれ育った。秋田といえば、一般的な認識からすれば民俗の宝庫である。男鹿半島を中心に年末に家々を巡るナマハゲを代表として、伝統的に営まれている様々な民俗文化が想像されるだろう。しかし、私自身はそういった民俗文化とは無縁に育ってきた。私が住んでいたのは、秋田市の中でも新興の住宅街で、いわゆるニューファミリー層が多く住む地域であった。そこで高校卒業まで暮らした18年間で、私が今学んでいる伝統的な民俗学において取り上げられるような出来事は本当に何一つなかったように思う。私は秋田の方言すら殆ど喋ることができない。

大学進学と同時に東京に移り住んだ私は、様々な地方の出身者と出会うこととなる。そしてそこでは、秋田出身ということでナマハゲの話を期待され、過度の方言が残っていることを期待された。しかし、実体験の無い私は、それこそメディアや民俗学の本で「学んだ」知識を元に語ることにしか出来なかった。私が民俗の価値に気づいたのは、おそらくこの時だっただろう。そして、自身の経験を語る友人たちを羨ましくも思った。

こうした感覚と言うのは、何も私のみに限ったものではないだろう。民俗文化に縁が無く生きている人間と言うのは、この現代都市社会においては大多数を占めているはずである。乱暴な例えが許されるならば、彼ら/私こそが、今の時代の常民であるというような言い方すら可能だろう。彼らを研究対象とすることは出来ないのか。そのアプローチの一つとして考えたいのが、新しい年中行事である。メディアを媒介として近年になって普及した年中行事の数々は、地域を主体とした伝統的な年中行事が消滅する中でも高い実施率を誇り、クリスマスのようにいまや年中行事の代名詞となっているものも少なくない。これら現代において選択される新しい年中行事の歴史や普及の過程から、現代に生きる我々の姿を捉えることは出来ないだろうか。

本稿ではこうした年中行事のうち、日本古来の伝統といえる節分行事と関わりがありながら、時代に即した変化のもとに近年、急速な普及をみせた「恵方巻」を事例として、自身を含めた現代の人々と、年中行事のあり方について考察を試みたい。

2. 先行研究について

まずは、こうした新しい年中行事を民俗学がどのように扱ってきたのか。その歩みを概観してみたい。

*日本民俗学会会員

年中行事とは、辞典によれば「一年ごとに同じ日もしくは、暦によって決められた日に繰り返し返される一連の行事」¹⁾であると定義されている。柳田國男はさらに公家や旧家の記録された年中行事と区別し、その上で家庭の中で改変をされながら伝わってきたものを民間の年中行事と呼び、それが老若男女の区別なく皆の共通の話題となっていると述べる²⁾。そして、その年中行事が、「単調な日々の生活の中で「ああ、生きてきた」と思い知るための楽しい目標であったと推論している。この民間の年中行事研究は、人の生活を研究していく民俗学において重要な研究フィールドと認識され、田中宣一の『年中行事の研究』³⁾などを始めとして、多彩な調査・研究が積み重ねられてきた。そして、都市化が進む中で興ってきた新たな年中行事に対しても、早くからその研究の重要性は認識されていた。

研究史上その分野に関して最初に言及したのは、千葉徳爾ではないかと思われる。彼は1951年に発表した『現代の東京と年中行事』⁴⁾のなかで、「近代大都市の生活が日本人のこれまで持っていた性質にどのような変化を与えているか」を研究するのが今日の我々にとって重要な課題であると述べ、その中でも年中行事を「精神生活の支柱」として捉え、豊島区や世田谷区といった都市部で調査を行っている。そして、土地に古くから住んでいる家庭と新しく来住した家との年中行事の違いや、都市の年中行事を支える商業資本の存在を指摘している。また、新しい年中行事である「誕生日」についても言及し、「その習慣がたとえ欧米のものを真似たのだとしても、こちらの生活にそれが根を生やす要求がなければ、決してこれほど生活にとりいられることはない」との見解を示している。この視点は、新しい年中行事を考える上で基本となるものであろう。

こうして新しい都市の年中行事に対して領域を広げたかに見えた民俗学であったが、その後の研究は停滞している。再三、クリスマスやバレンタインデーなどの行事に対して「研究の必要」を述べる研究者は現れるが、実際の研究は現れては来なかった。

そうした年中行事研究の「停滞」の中、2つの重要な研究が現れ、この領域に風穴を開けることとなる。一つは1993年に井上忠司とサントリー不易流行研究所によって発表された『現代家庭の年中行事』⁵⁾である。この本では、サントリー不易流行研究所が全国のモニター家庭366世帯に対して行ったアンケート調査を元に、井上が「家族劇場論」の視点から現代家庭の年中行事の営みについて述べている。その意義は、クリスマス・バレンタインデー・ホワイトデー・家族旅行・誕生日などの新しい行事や家庭内イベントを、「年中行事」であると定義し、アンケートを基にした具体的な分析に踏み込んだことであろう。

そして、同書の発行から1年後、宗教学者の石井研士が『都市の年中行事』⁶⁾を発表する。こちらは、さらに視点を都市に向け、大学生らへのアンケートと、企業の統計調査などを元に変貌する伝統的な年中行事と、人々の生活の中でその比重を高めているクリスマスなどの新しい年中行事、さらには企業が創出した年中行事として、サン・ジョルディの日にも言及し、その比較を試みている。

この2つの研究は、どちらもその出発点を「民俗学が研究してきた伝統的な年中行事と、現代

に行われている年中行事とのズレ」^{vii}に始まる不満にしている点に共通するものがある。どちらも民俗学が年中行事研究をリードしてきた先駆者だと認め、その研究成果を尊重しながらも、現代においてはもはや殆ど忘れ去られているような伝統的な年中行事を重視して、今活発に行われている新しい年中行事や商業資本・メディアによって変貌する年中行事の姿には目を向けない民俗学を批判している。

これらの研究に突き動かされる形で、民俗学も現代の年中行事に取り組み始める。阿南透は『現代日本の年中行事』^{viii}と題した論文で、石井のアンケート調査と自らの調査を比較分析し、現代におけるクリスマスと誕生日の重要性を指摘している。そして、新聞記事の記述をもとに誕生日が現代の生活の中で定着していく姿を明らかにした。湯川洋司も同様に石井の調査を元に自らのアンケート調査を加えて分析し、現代の年中行事が、「かつての儀礼性や規範性から解放されて、個々人があるいは個々の家庭が、適宜に選択して行う一種の伝承的知識へ移行しつつある」^{ix}との認識を示した。彼らの研究は、民俗学が新しい年中行事へ具体的に踏み込んだ事例として大いに評価できるが、どちらも石井の調査を土台にした研究ノートに留まっている感があり、他分野に比べて未だ立ち遅れているという認識を覆すものではなかった。

一方、静岡県民俗学会は2000年に同会の25周年事業として「年中行事の今」を企画し、スーパーの広告チラシや販売されている年中行事商品を集めるという考現学的な手法を用いて資料を集成、報告している^x。外立ますみはそれを基に商業資本と彼らが販売するモノに注目し、現代都市の年中行事に関して精緻な民俗誌を描き出した^{xi}。

さらに近接する領域へ目をやると、関口英里はクリスマス・バレンタインデーとハロウィンと比較し、外来の年中行事が日本に定着した理由を、かつての日本においてアメリカからもたらされたものが豊かさを象徴する「ハレ」であったことに求めている^{xii}。そして80年代以降に日本社会が成熟してその構図が崩れ、かつその時期にもたらされたハロウィンが、同じハレの行事でも、櫻井徳太郎が定義するところの「負のハレ」であったために普及しなかったとも述べる。

その他、家政学の方野においては、アンケート調査を中心に、現代家庭と年中行事との連関に関する報告が蓄積されている^{xiii}。それらのアンケートにはすでに恵方巻も項目として取り入れられ始めている。

以上の新しい年中行事に関する研究を概観して理解できるのは、まず民俗学の取り組みの遅れである。管見の限り、クリスマスやバレンタインデーに代表される新しい年中行事について、本格的に取り組まれた研究は見当たらない。しかし、その一方で隣接する諸分野では、民俗学の概念が積極的に用いられ、新しい年中行事の分析に大いに役立っている。そこにおいて民俗学は、「年中行事研究の大家」としての顔を示し、尊重される存在となる。さらにメディアなどでも、その解釈を求められ発言する民俗学者は多い。ここには、明らかな空洞化の構図が見て取れる。この分野の研究を進めることは、その空洞を埋める意味でも必須となろう。

では、恵方巻に関してはどうか。この奇妙な行事は、岩崎竹彦によって幾度かの報告がなされている。もともと関西にフィールドを持っていた彼は、1987年頃からこの現象に心づいていたといい、当時どの辞典や報告書を当たっても載っていないこの風習に興味を持ち、観察を開始したとしている^{xiv}。そして1990年『民俗』紙上において「節分の巻ずし」として最初の報告を行っている^{xv}。またこの年より本格的な調査も始め、1994年にはそれをまとめた「幸運巻ずしについて―都市の一現象―」を発表する。地道に集められた広告資料と、行事を宣伝していた当事者たちへの聞き書きとを中心としたこの論考によって、恵方巻の由来とされる説とその発展の歴史がはじめて紹介された。2003年にはフォークロリズムの論理を用いてこの行事を分析した「フォークロリズムからみた節分の巻ずし」を発表し^{xvi}、さらにその研究は継続されているものと思われる。節分という伝統行事に繋がるものであるためか、その他にも民俗学のフィールドにおいて発表された論考は散見されるが、実際の行事の様子に踏み込んだ研究と言うのはあまりなく、研究の余地は多いと思われる。

3 恵方巻の発生と歴史的展開

(1) 恵方巻の概要

恵方巻とは、端的に説明するならば次のような行事である。

「節分の日恵方（歳徳神のいる方向）に向かって無言で巻き寿司を丸かじりすると、福を呼ぶといひます」[2006年セブンイレブン販売、丸かぶり寿司のパッケージ説明より]

これは、多くの人が目にする恵方巻の解説であるが、そこには「恵方」^{xvii}などのいかにも古風な意味合いを持つ単語が列記されている。これが現代の人たちに受け入れられ、実践されているのだ。2007年2月15日付日本経済新聞によれば、インターネットプロバイダーのソネットエンタテインメント社が1月31日～2月6日の週の、個人ウェブログ（日記風の簡易型ホームページ）^{xviii}に頻出したキーワードを集計したところ、その時期に放送されたテレビドラマや映画、アニメの表題が上位を占める中、6位に「北北西」がランキングされた。この「北北西」というまでもなくこの年の恵方のことで、ウェブログを運営する若い人たちの中で、最新のドラマや映画に並ぶ形でこの古風な伝統が関心事となっていることを示している。

現在この行事の普及具合は、複数の統計・アンケートなどから説明されている。例えば、ミツカングループが2005年2月に行った調査によれば、恵方巻を知っている人の割合・認知率は、全国では、2002年の時点での53%から88%へ、実際に食べた人の割合・喫食率も62%にまでなっている。^{xix}全国の6割の人々が、節分の夜に巻寿司を丸かぶりしている、といわれるとにわかには信じがたいが、この行事がすでに全国区で認知されているのは間違いのないようだ。

(2) 恵方巻の「由来」

まず、この奇妙な行事の成り立ちを辿っていくことにしよう。

いつ、何処でこの行事は生まれたのか。それを明確にする資料は残念ながら見つかっていない。しかしその代わりに、まことしやかにささやかれる「由来」が複数伝わっている。それは、大まかに分けて以下の5つである。

- (1) 幕末から明治時代初頭に、大阪・船場で商売繁盛、無病息災、家内円満を願ったのが始まりで、一説には若い女性の好きな人と一緒になりたいという願望から広く普及したとする説。(すし組合のチラシより)
- (2) 船場の色街で女性が階段の中段に立って、丸かじりして願い事をしたらかなったという故事にちなむとする説。(スーパーU社のチラシより)
- (3) 節分のころは新しい香の物が漬かる時期で、江戸時代中期、香の物入りの巻き寿司を切らずに丸のまま恵方を向いて食べ、縁起をかついだ。これが、やがて節分に恵方を向いて、巻きすしを丸かぶりすると、その年の福がさずかるという招福の習わしになったとする説。(スーパーD社のチラシより)
- (4) 船場の旦那衆が節分の日に、遊女に巻きすしを丸かぶりさせて、お大尺遊びをしていたことに端を発するという説(当時の大阪海苔問屋協同組合事務局長藤森氏からの聞き取り)
- (5) 戦国時代の武将(堀尾吉晴といわれる)が、節分の日に丸かぶりして出陣したら戦に勝ったので、以後瑞祥としたことに端を発するとする説(藤森氏からの聞き取り)

上記の説は岩崎竹彦が、スーパーなどのチラシに書かれた説と、彼の調査が行われた1990年当時、大阪海苔問屋協同組合の事務局長の職に就いていた藤森秀夫氏からの聞き取りで得られた由来とをまとめたものである^{xx}。まずはこの「由来」について検討を加えよう。

どれも伝統文化らしい風情を漂わせてはいるが、このうち(5)に関しては、おそらく違うであろうということができる。そもそも巻き寿司という調理法が文献に最初に登場するのは、安永5(1776)年に発行された『新撰献立部類集』においてであるといわれている。この本のまきすしの項には「すだれに海苔を敷いて上に飯を置き、魚を並べて、すだれごと巻く」という、まさに今日的な巻きすしの製法が書かれているのだが、それ以前には巻き寿司が存在した記録はなく、戦国時代に巻き寿司が存在したとは考えにくい。よってこの由来は間違い、と言いたいところなのだが、販売業者たちもそれについては考えているのか、今年入手したある寿司専門店の予約チラシでは、「たまたま節分の日に巻ずしのようなものを食べて出陣し…」と、巻き寿司だとの特定をやめて、史実に適った由来へと変更がなされていた。ここで重要なのは、この行事に伝統があるのだという確からしさを付与することであり、この由来自体、全てそれを目的に後世になって組み上げられてきたものである可能性も十分考えられるという点である。

こうした変化を絶えず繰り返し、恵方巻は現在に到っている。

(3) 戦前までの展開

それでは実際の資料からどうか。恵方巻は、その由来を説明するチラシや新聞記事では「江戸時代の末期から明治にかけて」の時期に誕生したと記述される場合が多い。これは、岩崎がまとめた由来からも分かるが、実際のところ、江戸～明治期にこの行事が存在したとする資料は今のところ見つかっていない。確からしい記録としては、すしの研究で名高い篠田統の『すしの本』、節分と巻きずしの項に以下のような記述が見られる^{xxi}。

大阪市立博物館の平山敏治郎館長から「ここへ来る途中、阿部野橋のすし屋の表に本日巻きずし有りという広告を見たが、何のことかしら」という質問あり。美登利鮎の久保登一氏の返事に、節分に巻きずしを食べる風は大正初めにはすでにあった。おもに花街で行われ、ちょうど新こうこうが漬かる時期なので、その香の物を芯に巻いたノリ巻を、切らずに全のまま恵方のほうへ向いて食べる由。

ここで語られている「大正初めには存在していた」というのが、迎える「確からしい」記録の中ではもっとも古い時期を示すものとなる。しかし、この話者は当時節分の丸かぶりの宣伝を行っていた寿司業界の関係者でもあることから、すでに伝統の操作が行われている可能性も否定はできない。

文字資料として最も古いものは、大阪天満にある「本 福寿司」にて保存されている1932年(昭和7)発行のチラシとなる。

巻寿司と福の神

節分の日に丸かぶり

この流行は古くから花柳界に、持て囃されてきました。

それが最近一般的に宣伝して年越には必ず豆を年齢の数だけ喰べるように巻寿司が喰べられています。

これは節分の日に限るものでその年の恵方を向いて無言で一本の巻寿司を丸かぶりすれば其年は幸運に恵まれると云う事であります。

宣伝せずとも誰云うともなしに流行って来た事を考えると矢張り一概に迷信とも軽々しく看過すべきではない。

(中略)

一家揃って御試食を願い本年の幸運をとり逃さぬようお勧め申します。

以上がその文面の一部であるが、大阪鮭商組合という団体が発行したこの宣伝チラシには行事の由来と方法、その年の恵方などが書かれ、現在コンビニなどが配布する販促チラシとも似通ったものとなっている。戦前より、こうした媒体をもとにこの行事は広められていたようだ。また、ここではその発祥を花柳界であるとしており、先的美登利鮭の久保氏の意見と合わせて、花街での発祥説に信憑性を与えていることも付記しておく。

戦前においては、1940年に大阪寿司商組合後援会が発行した同様のビラが見つかるだけで、それ以上の資料は見当たらない。これらの事実から推論を試みるならば、少なくとも大正期～戦前にはすでに存在し、大阪のごく限られた地域で行われていた風習であること、寿司屋がそれを利用して、古くからの伝統であるという触れ込みで販売促進活動を当時から行っていた、ということはいえるだろう。

(4) 戦後～関西での普及まで

その後、太平洋戦争の激化に伴い行われなくなったこの行事は、1949年、大阪府鮭商協同組合によって、「土用丑の日のウナギのかば焼」に対抗する販売促進手段として復活している^{xxii}。そして、戦後復興が進む1950年代に入ると、戦中の配給統制によって解散を余儀なくされていた海苔問屋の組合が統制の解除をもって再結成され、その販売促進の手段として、節分の巻きずし行事の宣伝に参加するようになる。

宮下章の『海苔の歴史』には、大阪海苔問屋協同組合が1951年の結成と同時に「巻きずしの丸かぶり」の宣伝を行い、大きな成果をおさめたという記述がある^{xxiii}。この「大きな成果」がどれほどのものだったのかは分からないが、海苔業界復興の旗印として、巻きずしは喧伝されていたようだ。

この当時の行事の様子を、大阪ずしの老舗「吉野寿司」の大山雄市氏はこう語る。

「兵庫県のすし屋に入った1955年頃の節分の夜。出前前で、仕事にあぶれた芸者衆が巻きずしを丸かぶりしていた。行儀悪いのに女の人がなぜこんなことを、と思ったが『いいだんなに巡り合えますように』という願掛けの意味があると教わった」^{xxiv}

大阪の一部で行われていただけの行事は、徐々に関西圏へと広まりを見せ始めた。

その後海苔問屋協同組合は、すし組合とも連携してこの行事の普及に努める。昭和40年代前半には、協同で飛行機をチャーターしてビラを撒いたりもしたようだ。^{xxv}しかし、この試みは経費がかかりすぎたために1度で終わっている。

2月3日は節分です
幸運巻きずしの丸かぶりです
今年も幸福を迎えましょう!!
節分の夜は巻かぶりです。巻かぶりとは巻かぶりです。巻かぶりです。



本門代
大阪海苔協同組合

写真1 海苔組合発行のチラシ

海苔組合の取り組みがより積極的になるのは、岩崎の聞き書きによれば1977年（昭和52）になってからだという。そもそも、1974年（昭和48）頃までは海苔の国内生産は需要に追いついておらず、韓国産で不足分を補う状況だった。それが、国内生産が増大によって韓国産への依存が減り、1977年にはついに国内産で需要が賄えるようになったのである。これから先、さらに生産が増加すれば今度は余剰分が発生する。そこで、これ以降海苔組合は毎年大量のピラを印刷して各地に配布し、さらなる普及へと乗り出すようになった。（写真1）

そしてこの海苔組合の動きと前後して1976年（昭和51）に、「節分チャリティーセール」なるイベントが開始されている。このイベントのメインは、大阪ミナミの道頓堀で巻きずしの早食いを競うという「巻きずしの丸かぶり早食い競争」。一見馬鹿らしいこの競争が、この行事を関西における節分の定番行事へと押し上げるきっかけとなった。

仕掛けたのは「昭和会」という、大阪で商売をしている昭和生まれの海苔販売業者たちで組織された団体だ。その中心人物の一人であった宝海苔（本社・大阪市中央区）創業者の三男、山路昌彦氏によれば、海苔がたくさん取れるようになって何とか消費を増やそうと思って考え付いたアイデアなのだという。「食いだおれの街で早食い競争なんて、いかにも大阪らしくて絵になるし、黙々と巻きずしにかぶりつく姿がオモロイやんか」という彼らの発想は見事に当たり、マスコミを引き込んでの一大イベントへと成長する^{xxvi}。海苔組合によるピラでの周知と、マスコミに取り上げられた早食い競争。この相乗効果により、節分の巻きずしは関西の伝統文化として認知されるに到ったのである。

また、山路氏は取材に来たマスコミに丸かぶりの由来をたずねられると、「ずっと昔からやっていたものだ」と答え続けたのだという。「それこそ風習なんてこうやってできていくもんやないの」と語る彼の見解からは、大阪商人が持ち得た巧みな伝統利用の視点を伺うことが出来る。以後、節分の巻きずしは関西の伝統文化として世間に浸透していく。その速度は劇的で、1986年（昭和61）発行の娯楽小説『唐獅子源氏物語』には、伝統を重んじる極道（私）が、原田（若者）と巻きずしについて語る場面が出てくる^{xxvii}。

節分の夜に、家族そろって、巻き寿司を、一本ずつ、無言で食べると、その年は無病息災で過せるという言い伝えに、私たちは従っている。年によって、方向が変るのだが、今年も、たしか、北北西に向って食べるはずである。

「おまえ、巻き寿司、食うたか」

私は原田にきいた。

「ほく、寿司が苦手でした、マシュマロですましました」

「すました、て、えらい違いやないか。巻き寿司は、長いまま、食うのやぞ」

「知ってます。けど、格好悪いもんですよ、あれは」

この場面ではすでに、巻き寿司は節分の常識となっており、マシュマロと対比的に語られる

ほどの古臭さ＝伝統を持った行事として扱われている。流行りだしてから僅か10年で、この新しい年中行事は、若者に否定されるほどの「伝統らしさ」を継ぐことに成功したのである。

(5) 全国への普及

関西の伝統文化となった節分の巻きずし。それでは次にこの行事が如何にして全国的なものになっていったかをまとめよう。

実は、この行事自体は関西での普及以前に、一度東京へ「輸入」が試みられている。それに関わったのも前述の山路氏である。1975年（昭和50）に、東京の海苔業者団体に海苔販売促進のアイデアを求められた際に、節分の巻きずしを提案したのだ^{xxviii}。しかし、この時には山路氏いわく、「まったくウケなかった。やっぱり東京は粋が大事なんやと思った」とのことで、定着にはまるで到らなかった。この時の東京の消費者と、現在の恵方巻を支持する消費者の相違は、新しい年中行事の受容には受け手側の論理が重要であり、この時点ではそれが満たされていなかったことを示している。

その後、関西での成功を受けて、海苔組合らは何度か関東での普及キャンペーンを行っている。そのうちの一例を新聞記事より引用して以下に示す。^{xxix}

「節分にのり巻きを」――。二月三日は節分。節分と言えばもちろん豆まきだが、このところ関西地方には節分にのり巻きを食べるといふ習慣が定着している。この“風習”を関東地方にも普及させようと、漁業団体とのりの団体が連携、節分を前に東京で街頭キャンペーンを展開する。

関西地方にはもともと「節分に決まった方向に向かって、のり巻きを丸かじりしながら願い事をすると夢がかなう」といふ言い伝えがあるという。

（中略）

場所は渋谷の「109」正面イベントスペースで、来場者に恵方に向かって、のり巻きを丸かじりしながら願い事をしてもらう。

二日間でのり巻き百六十本を用意、同時にのりそのものを通行人二万人にプレゼントするという。

主催者側は「景気後退という暗い空気を吹き飛ばし、新しい招福の習慣として広めたい」と力を込めている。

イベントの規模、そして「願い事をすれば夢がかなう」といった言い伝えの操作など、かなり練って企画がなされ、力を入れたキャンペーンであったことが想像されるが、こうした動きは結局普及には結びつかなかった。

この行事を全国へと広めていったのは、1980年代より急激に増加した新たな小売店舗、コンビニエンスストアである。

1989年（平成1）、大手コンビニエンスストアチェーン「セブン・イレブン」の広島県内の店舗の個人オーナーが、「出身の大阪ではこんなものを食べる」と提案し商品化。その売れ行きの良さから販売圏は徐々に広がりを見せ、1998年（平成10）、ついに「丸かぶり寿司 恵方巻」という商品名で全国発売がされた。すでにセブンイレブンに追随して地域商品として販売していた他チェーンも相次いで全国発売に踏み切り、筆者が恵方巻と出会った2000年頃には、どのコンビニでも恵方巻を手に入れることが出来るようになった。セブンイレブンの販売初年度およそ35万本だった売り上げも急激に伸び、2005年（平成17）には300万本を越えるまでになる。^{xxx}

（6）「恵方巻」の成立

さて、関西から全国へと広がる過程で、この行事に生じた重大な変化にお気づきいただけたであろうか。本論では、冒頭よりこの節分の巻きずし行事のことを「恵方巻」という呼称で論じているが、実は、前述した歴史を見ていただければ分かるとおおり、この行事はもともと関西ではこのような呼び方はされていなかった。基本的には「節分の巻きずし」であり、あるいは戦前より続く商品名としての「幸運巻きずし」といった呼ばれ方しかされていなかったようである。それが、セブンイレブンが商品名に「恵方巻」という呼称を採用したことで、現在ではその呼び方の方がメジャーになってしまった。管見の限り、セブンイレブンでの商品名以前にはこの「恵方巻」という言葉は発見することができず、おそらくは商品化の段階で付けられたものであると考えられる。そしてこの「名付け」は、行事の位置づけそのものを変えた。

今までは「節分」に食べる巻きずしとして、いわば数ある節分の行事食の一つとしての位置づけがなされていたものが、「恵方巻」という単体の行事として認識されるようになったのだ。どこか聞き慣れない新しさと、歴史性を有したこの絶妙な命名が、この行事を全国区にする上で重要な役割を果たしたのだと筆者は考察している。

4 恵方巻の現在

前節までに述べたような歴史的経緯を辿り、普及へと到った恵方巻。それではこの新しい年中行事は現在、どのようにして受容され、行われているのだろうか。この節では、その現場でのフィールドワークを元に、恵方巻の民俗誌を描き出していきたい。

（1）大阪～風物詩の生成風景

恵方巻の創出と変容を調査するにあたって、まず最初に見ておかなければいけないものがあった。それは、この行事が普及したきっかけとして常に語られる、巻き寿司の早食い大会である。この大会は、正式名称を「節分巻き寿司（ずし）丸かぶりチャリティーセール」といい、大阪海苔昭和会という大阪の海苔問屋の若手たちで組織された団体が主催して1976年（昭和51）より開始され、途中1年の休止を除いて毎年、1月の最終日曜日に大阪道頓堀近辺で行われている。恵方巻の普及を語る際、このイベントが常に「ブームのきっかけ」として語られるのは前述し

たとおりで、昭和会のメンバーも自らが現在のブームの仕掛け人であることを自認している。

このイベントは、恵方巻を語る際常に取りざたされてきたが、その一方で、具体的にどのようなものなのかについては、テレビや新聞のトピックとしてしか報じられず、その実際はあまり注目されていなかった。まずはその点について、2006年に行われた第29回大会をもとに記述してみたい。

2006年1月29日午前、筆者が大会の行われる道頓堀沿いに新設されたイベントスペースに着いたときには、付近ですでに昭和会の法被を着た人たちが「海苔で健康明るい家庭」と書かれたティッシュを街行く人に配っていた。

すでに海苔のチャリティーセールは始まっているらしく、会場は海苔を買い求める人々で賑わっていた。筆者もそこに混じって海苔を買い求めてみたのだが、わずか300円ほどの購入額にも関わらず、おまけとして小さな竹製のしゃもじと、巻き寿司を作るためのまきすをいただいてしまった。ただでさえ特売価格な上に、買ったもの以上のおまけをつける。しかも、そもそもこの販売は「チャリティーセール」であって、売上げは福祉施設への車椅子の寄贈などに充てられるのだという。イベントとしてはまったく赤字のはずで、それでも29回も回を重ねているのは、続けるだけの意味を持っているということなのだろうか。

その後、付近で大会の開始を待っていると、行きかう人にインタビューを行う集団が目についた。見るとテレビカメラも回っている。話を聞くと、九州ローカルのテレビ局で、恵方巻のニュース素材を集めているのだという。インタビューの内容は「節分に巻き寿司を食べているか」で、インタビューを受けるのはテレビ局側がギャップを演出したいのか、派手目のいかにもイマドキといったような子ばかりだったが、彼らは私の聞く限りいずれも「もちろん食べている」というような肯定的な発言をしていた。テレビカメラが回っているせいというのももちろんあるだろうが、この行事の大阪での実際の浸透具合を垣間見た気がした。

正午近くになるとチャリティーセールは終わり、会場は早食い大会の準備で慌しくなった。それとともにテレビカメラもこちらに集まってくる。先ほどより増えていて、キー局ローカル局取り混ぜて5局ほどが取材に来ているようだ。会場の一角には、「報道用」と書かれたダンボールが詰められ、主催者側は取材に来たメディアに記念品を配っている。私は一見学者としてこのイベントを見るつもりだったのだが、周りを見渡すと集まっている人はみなその記念品を携えていた。もとより狭い会場で、それほど多く的人是集まらないのだろうと予想はしていたが、この時点では純粋な見学者は私一人だけしかいなかった。いずれ増えるのだろうと楽観していたら、結局そこから一人二人増えたくらいで、早食い大会は始まってしまう。

設置された舞台には早食いを行う参加者の女子大生が並び、その前にはたくさんのカメラとマイク、記者たちが陣取る。一方その後ろは数人の見学者が見守るだけで、大会というよりは記者会見というような奇妙な光景だった。

巻き寿司の早食いは3人1組で行われ、一人が食べ終わると次の人にタッチするというリレ

一方式で、その早さを競う。参加者するのは、かつては子供や婦人、一般参加などもあったようだが現在は大阪近郊の女子大生による大学対抗という形になっている。今年の参加は大学が5校と、「ミスえびすばし」というキャンペーンガールのチームの計6組であった。早食いの開始前には恵方を示す看板が掲げられ、参加者はその方向を向いて食べることとなる。とはいえ、実は舞台がそもそも恵方を向くように設定されており、おそらく会場の設営の段階で恵方を考慮しているのだと思われた。実際この年の恵方は南南東だが、それはちょうど道頓堀を背にして巻き寿司を食べるメディア向きの絵を構成していた。

主催者の挨拶が終わるとルール説明がされ、続いて参加校の紹介がされる。そして、巻き寿司が各自に配られ、司会が高らかにスタートを告げた。参加者たちが必死で大きな巻き寿司を頬張っていく。よく考えると私はこの時まで、自分が巻き寿司を丸かぶりすることはあっても、人がしているのを直に見たことはなかった。実際見ているとそれは確かに奇妙で、滑稽な風情であった。恵方巻を行う人たちがその理由として挙げる理由の一つに、「面白いから」というものがあるが、それは実際にその光景を見るときほど、と理解できるものがある。しかし、うら若き女性がやるからまだ面白いで済んでいるが、これを私のようないい年をした男がやった日には、滑稽を通り越して見苦しい姿に映るかもしれない。そう考えると、この大会が女子大生によって行われる理由も分かる気がする。見る限りこの行事の主な見学者は、通りかかった人ではなく、前に陣取るテレビカメラたちで、そこで必要なのはテレビ栄えのする「絵」なのだろう。この行事は、もはや当初のイベントではなく、テレビを通じたパフォーマンスになっている。このメディア利用の巧みさが、恵方巻が大阪で普及した大きな要因となっていることは想像に難くない。

開始10分ほどで完食する組が出て、優勝が決まった(写真2)。後で新聞記事などの記録を見ると、早い年は5分や6分で食べきっており、2006年の記録は遅いほうであったらしい^{xxxx}。続けて2位、3位も決まり、全ての組が完食すると競技は終了となる。最後に表彰式とカメラに向かっての優勝者インタビューが行われ、大会はあっさりと終わってしまう。主催者は撤収を急ぎ、カメラは帰路につく。

このイベントはメディア無しには成り立たない、というのが見終わっての正直な感想である。この大会の目的は、朝夕のニュースや新聞に「季節の風物詩」を届けるものだといっておそらく間違いは無いだろう。後にテレビや新聞でこの大会の模様を見たが、そこではとても盛況なイベントであるように



写真2 大会の様子

映っており、実際を見たことがなければ私もそのように受け取っているはずだ。このようにして意図的に仕掛けられた風物詩が、我々都市生活者たちの日々に節目を与えている。この行事はその生成の一風景として捉えることができよう。

(2) 現代東京の節分事情

次に舞台を東京に移し、全国区の行事となった現在の恵方巻について述べていきたい。2006～2007年の節分の日、筆者は自身の住んでいる地域周辺にあるスーパー・コンビニ各店と、新宿・渋谷などのターミナル駅に隣接する大手百貨店とを巡り、恵方巻の販売がどのように行われているかの調査を行っている。そこには、過熱する都市の「ハレ」の風景があった。まずはその観察と撮影した写真をもとに、現在の東京の節分事情を紹介していこう。

I スーパー

巡ったのは、筆者の住む東京都中野区と、その隣接区にあたる練馬区・杉並区に存在する西友、ダイエーなどの大手チェーンストア14店舗である。

店舗を巡っていくと、まず目に付くのは店頭に掲げられたチラシである(写真3)。どの店でもだいたい2月1日～4日前後を「節分セール」と設定し、関連商品の販売に努めているようで、その期間に流れる曲や店内の装飾を節分を意識したものへ変えている店も多く見られた。訪れる客に今日は特別な日なのだと意識させる演出は、「節分」を商売とする上で欠かせないものだ。

店内に入り、目的の恵方巻コーナーへ足を運ぶと、並べられた巻き寿司の量にまず唖然とさせられる。普段は惣菜が並べられているはずの場所に、ただもう巻き寿司が並ぶのだ。そこには、オーソドックスな太巻きの他、スーパーでは海鮮巻やサラダ巻など、幅広いバリエーションを確認することが出来る。それらのパッケージには、それが節分の巻き寿司であることを示すシールは張られているが、行事の由来や説明などが書かれているものは無かった。

その代わりとして、巻きずしを並べた棚の上には、恵方巻の風習の説明ボードが設置され、店によっては地図を使って恵方の方角を解説するものもあった(写真4)。また、鬼の面や柘も



写真3 スーパーの節分チラシ

ディスプレイされ、節分の雰囲気を作り出している。その他、この日回った店のほぼ全てで、恵方巻売りの横で方位磁石が売られているのを確認できた。普段のスーパーではおよそ売れない代物だろうが、方位を知る必要があるこの日はそれなりに売れているようだった。

また、訪れた大型の店舗では、大きくスペースを使って恵方巻の特別販売ブースを設置し、そこで巻きずしの実演販売まで行っていた(写真5)。いわゆる日本の年中行事関係商品は、それぞれ販売のための工夫がされているものだが、恵方巻の販売はその中でも大規模なものといえるだろう。過剰なまでの演出が、見るものに「非日常」の意識を確かに刻み込んでいく。

そして、スーパーでは、恵方巻登場以前より福豆や柊が節分商品として売られてはいたが、現在それら従来の商品も伝統商品販売のロジックの元、由来が強調されるようになっている点は特筆しておきたい。例えばイワシは、店内アナウンスで、「節分には伝統的にイワシを食べる風習があるのだ」と盛んに宣伝されていた。売り場には見慣れぬPOPも掲示されている。(写真6)

しかし、節分では焼いたイワシの頭をヒイラギに刺して戸口に飾るヤイカガシと呼ばれる儀礼はよく知られているが、イワシ自体を食べる風習は全国的なものではない。竹井恵美子によれば、節分の日に節分イワシ、あるいは年越しイワシと呼んで行事食としてイワシを食べる風習は、近畿と中国・四国地方に多いもので、関東ではあまり行われなかったとしている^{xxxii}。恵方巻ばかりが目についてしまうが、その成功によって確立された、商品に「伝統」という価値を付与して販売するという手法が次々と応用され、実践に移されているという事実は注視すべきものであろう。

そしてもう一つ、2年に渡ってスーパーの節分を調査する中で、そのわずか1年の間に急激に増えたと感じたのが「節分そば」である。その存在自体は、岩崎の論文においてもすでに報告がされているが^{xxxiii}、その販売に際してまことしやかな由来が付与されるようになったのは、ここ



写真4 掲げられた説明ボード



写真5 恵方巻の特設売り場

数年のことではないかと思われる。

こうしてみると、スーパーで販売されるものだけでいえば、東京の節分は今ヤイカガシを行い、豆を撒き、そばといわしと恵方巻とを食べるずいぶんと盛りだくさんな行事になっているようである。これらを自由に選択できるといえる点は、年中行事参加への敷居を低くするという意味で重要なものかもしれない。

最後に、今後の展開を注視していきたい事例を補足する。それは、「初午のいなりずし」である（写真7）。今回節分にスーパーを巡るにあたり、何店かでこの事例を確認することができた。無論、初午にいなりずしを食すと幸運が…という由来は本来存在せず、稲荷からの連想なのであろうが、初午という都市生活者にとってはなじみの薄くなった行事が、果たしてこの取り組みで再構築されるのであろうか。その行く末を継続して観察していきたい。

II コンビニエンスストア

次に、恵方巻を全国区にした立役者であるコンビニエンスストアでの調査についてまとめたい。回った店舗数は合計で20店ほど。範囲はスーパーの時と同じである。

まず気づくのは、販売されている巻きずしのスーパーとの違いである。

バリエーションに富んだ豊富な巻きずしを提供していたスーパーに対し、コンビニではオーソドックスなものを1~2点販売している場合が多かった。そして、サイズは小さめで、さらに通常のハーフサイズという商品も目立つ。価格も安く、スーパーに比べると、「ハレの食」という豪華さを追及している感は薄い。

その一方で、丸かぶりロールケーキなる珍品も売られ始めている（写真8）。もはや巻きずしではないこうした商品が登場するのは、この行事が「節分の巻きずし」から「恵方巻」へと変化したことが影響しているのだろうか。

そして、それを買っていく客層も異なっている。若い男性、カップルなどが中心で、あまり



写真6 節分いなしのPOP



写真7 恵方巻と初午いなり

主婦などは見かけなかった。

訪れたコンビニのうち何店かでは、販売している巻きずしに銭洗弁天で清めたという五円玉のお守りが付いており、店によっては店員が五円玉を清める様子を載せたポスターも作られていた（写真9）これは、もちろんそのお賽銭の効能を保障するためにわざわざ作られたもので、その効果もあってか夕方に私がこの店を訪れた際にはすでにお守り付きの寿司は無くなっていました。

こうした販促活動は、このコンビニが属しているチェーン全店で行っているものかと思っただが、後日インターネットなどで調べてみると、そうした販促活動を行ったという記録は無かった。コンビニの多くは、直営店ではなく独立で店長とオーナーを置くフランチャイズ店である。そのため、店舗独自の販促活動をすることがある。この銭洗弁天のお守りもおそらくこの店が独自に発注し、おまけとしてつけていたものだと思う。コンビニエンスストアは、全国一律で同じサービスをしていると思われがちだが、実際には独立店舗の集合体であるともいえ、そのサービスは店舗によって異なっている。こうした独立の運営方針が商売としての伝統利用をさらに促進させている事実が確認できる。

Ⅲ デパート

最後に述べるのは、デパートでの恵方巻販売についてである。調査は新宿と渋谷にある大型百貨店の地下食料品売り場にて行っている。新宿・渋谷には大型百貨店が集中しており、その地下食料品売り場、いわゆる「デパ地下」が流行の中心地としてメディアに頻繁に取り上げられているのは周知の通りである。

最初に訪れた新宿の百貨店の地下食料品売り場入り口には、「恵方すし大売出し」と書かれた大きなパネルが設置してあった。（写真10）この百貨店では、本館・別館にある惣菜店合わせて26店舗で恵方巻を販売しているという旨が、そこには記してある。早い話が、殆ど全ての惣菜店で巻きずしを売っているのだ。売り場はいつも増して活気にあふれ、午後2時過ぎというま



写真8 節分ロールケーキと御賽銭



写真8 節分ロールケーキと御賽銭

だ早い時刻にも関わらず、いくつかの有名和惣菜店では店頭「恵方巻売り切れ」の札を掲げている。聞くと、午前中にはもう売切れてしまったのだそうだ。通路は巻きずしを買うための人であふれ、人気の店には30人程が列を成し、その後ろには「最後尾はこちら」という看板を持った店員が立つほどの盛況ぶりである。販売されている巻きずしは、500円以上の品が中心で、中には1000円、2000円を超える高級品もあった。デパートにおける演出は、その高級さや味に集約されているようだ。おそらく、スーパーやコンビニに比べて後発の販売主体となったことが、その差別化の方向に関わっているのだろう。

客層は、時間の関係もあるのだろうが、中高年の主婦と思われる人たちが中心で、コンビニやスーパーに並ぶ客よりも年齢層は上のように思われた。次に訪れた百貨店は、さらに凄い事態となっていた。こちらも各惣菜店が販売に尽力しているのだが、和食や寿司の店だけではなく、中華惣菜店、とんかつ専門店に至るまで恵方巻（らしきもの）を並べていたのだ。おむすびを専門に売る店では「恵方巻おむすび」なる、もはや巻きずしですらないものが販売されている。形は海苔で巻かれた円筒形をしており、巻きずしのように見えるのだが、これは寿司ではないのか、と店の方に尋ねると寿司ではなく、あくまでおむすびの恵方巻なのだという。

コンビニでも見られたこのような新商品の開発には、節分の巻きずし行事が、「恵方巻」という行事へと再構築されたことが大きく関わっている。厳しい定義を持たないことで、消費者だけでなく販売する側にとっても敷居が低いという事実は、行事の普及に一役買っていることだろう。

(3) 年中行事とその価値

ここで、この調査を通じての推論をまとめよう。いままで挙げた3者は、同じ恵方巻を売りながら売り方や想定される客層は異なっているように思われる。「節分」という舞台を最大限に利用し、その伝統の語りとともに行事を演出、主に家族世帯への普及を試みるスーパー。「個人」への視点を重視し、さらに銭洗弁天のような別種の縁起を付加して販売することで、今まで年中行事とは無縁であったであろう層に働きかけるコンビニエンスストア。そして、非日常の場であるという特性を生かし、高級志向で人々の「ハレ」意識に語りかけるデパート。

その姿からは、現代人の求める「ハレ」が、多様かつ重層的であることが類推できる。思え



写真7 恵方巻と初午いなり

ば、かつての村落共同体において、ハレの意識はそれぞれに共有されているものであった。その価値観の共通性が、集団としての年中行事の執行を可能としていたのだ。しかし、都市化が進むことによって、人の生き方は「個」へと比重が移り、価値基準も多様化した。また、その基準は極めて実利的なものが多いことも推測できる。旧来からの行事がそれに対応できず零れ落ちる中、恵方巻はその多様さを汲み取り、販売主体によってアプローチを変えることで、多数の現代人の価値観に適合し、普及していったと考えることはできないだろうか。

4 まとめにかえて

最後に、恵方巻の普及と年中行事について考える上で示唆を与えてくれる事例を幾つか挙げてみたい。

サン・ジョルディの日という行事がある。これはもともとスペイン・カタルーニャ地方の年中行事で、サン・ジョルディという、同地方の守護聖人を讃える記念日として毎年4月23日に行われているものである。この日スペインの男たちは、サン・ジョルディを象徴する赤いバラに青い麦の穂を添えて、愛する女性へと贈る。そして女性は男性に本を贈るのである。スペインではこの日、本は年間総売上の20数パーセントを、花は実に40パーセントを売り上げるといふ。そして、この行事は1986年、出版業界によって日本に輸入された。石井研士によれば、その普及に向けてのキャンペーンはすさまじいものであったという。店頭でのPRは全国1万3千の書店と1万の花店によって行われ、さらに行事を盛り上げるために「サン・ジョルディくじ」なるおまけも作られた。そして、情報メディアの中心である出版業界が主導していることもあり、様々な情報媒体によって宣伝がなされたのだ。しかし、これだけの大々的な普及活動にも関わらず、この行事は定着しなかった。1991年の調査では、この行事を行った人はわずか3%。現在においてもキャンペーン活動は続いているが、普及活動を主導している日本書店商業組合連合会は、「作家や芸能人を招いた講演会なども企画しているが、なかなか根付かない」と嘆く有様である^{xxxiv}。サン・ジョルディの日が根付かなかった理由、それはやはり受け取る側がこの行事に価値を見出せなかったことが大きいだろう。石井はこの行事に関して、「クリスマスやバレンタインデーが、戦後の日本人の生活様式や家庭構造の変化の上に、伝統的な年中行事に代わって、新しい文化のシンボルとして生成したのに対して、サン・ジョルディの日は、そうした力をもたなかったことになる。たんなる消費の機会の提供や、メディアによる宣伝だけでは行事は定着しない」^{xxxv}とまとめている。

そしてもうひとつ、興味深い事例を紹介する。月刊コンビニが行った「年末年始のコンビニ」に対する不満や要望を集めたアンケート結果である^{xxxvi}。有効回答は、主婦を中心に同居の家族など307人。性別比は女性79%、男性21%。職業の主な内訳は、専業主婦107人、会社員80人、パート・アルバイト63人、学生22人などとなっている。

以下がアンケートの「年末年始のコンビニに期待することは？」という質問への回答（一部

抜粋)である。

- ・ お正月らしい商品を置いてお正月気分が出るようにしてほしい。
- ・ 正月限定でおみくじがひけると面白い。大吉だとちょっとお菓子がもらえたり
- ・ 年始には精算時に御年賀をくれる
- ・ クリスマスの装飾や門松などのお正月装飾
- ・ 年末年始ならではの、気の利いたあいさつがあるとうれしいです
- ・ 年末に、“よいお年を～”と言われるととてもうれしいと思う。

この結果からは、販売戦略の受け手となる人々が日々の「節目」を求めている様子がみえてくる。いわば日常の象徴ともいえるコンビニにも、節目を表現して欲しい。いや、むしろ日常的だからこそ節目を作って欲しいのかもしれない。コンビニで恵方巻を購入する人々も、そうした思いを抱いているのではないだろうか。現代人にとっての年中行事の意味の一つはここにある。

まとめよう。恵方巻は、その普及する過程においてその時代の需要を巧みに取り入れ、変化を重ねてきた。そして現在は全国的な行事として多くの人々に受け入れられるに到っている。販売する側は、多様化する現代人の価値観に合わせ、行事に更なる価値を付加しており、恵方巻は世相に合わせ今も進化を続けているといえる。また、受け手側は提案される様々な価値を主体的に選択することが出来、それが恵方巻の普及の大きな要因となっている。一方で、節目を求める年中行事本来の意味もまた現代人には根ざしており、それも恵方巻を行う動機となっていることを指摘しておきたい。この節目の感覚については、より深く分析を加える必要があるだろう。

現状ではまだ、結論ともつかないこのような考察しかすることが適わないが、現代における年中行事の意味が大きく変わっていることは間違いない。個々人が選択する価値と、根ざしている価値の相関は、変わる年中行事のあり方を示しているともいえる。

今後はさらに恵方巻の事例を積み重ねるほか、恵方巻の成功をもとに生み出されている節分そばや初午いなりなどの新しい行事の動向も注視し、比較をしていくことで現代における年中行事についてより精緻な分析を行うことを課題とし研究を続けたい。

ⁱ 福田アジオ他編集「日本民俗大辞典 下」吉川弘文館 2000 p310

ⁱⁱ 柳田国男【年中行事覚書】講談社学術文庫 1977 p15

ⁱⁱⁱ 田中宣一【年中行事の研究】桜楓社 1992

^{iv} 千葉徳爾「現代の東京と年中行事」【千葉徳爾著作選集2】東京堂出版 1988

^v 井上忠司+サントリー-不易流行研究所【現代家庭の年中行事】講談社現代新書 1993

^{vi} 石井研士【都市の年中行事 ——変容する日本人の心性】春秋社 1994

- vii 井上前掲書p14-16および石井前掲書p5-6
- viii 阿南透「現代日本の年中行事」『京都民俗』11 京都民俗学会 1993
- ix 新谷尚紀・波平恵美子・湯川洋司編『暮らしの中の民俗学 一年』吉川弘文館 2003 p31
- x 静岡県民俗学会「年中行事チラシ一覧表」『静岡県民俗学会誌』21 2000
- xi 外立ますみ「販売するモノから見る現代の年中行事」『民具研究』127 日本民具学会 2003
- xii 関口英里『現代日本の消費空間 文化の仕掛けを読み解く』世界思想社 2004
- xiii 四十九院静子による年中行事の継承に関する一連の研究や、松本美鈴「都内および都内周辺地域に居住する女子学生の家庭における行事食の現状」『食文化研究』2006など。松本の研究においては、調査対象の女子大生のおよそ半数が巻きずしを食しているとの結果が報告されている。
- xiv 岩崎竹彦「幸運巻きずしについて—都市の一現象—」原泰根『民俗のこころを探る』初芝文庫 1994 p225
- xv 岩崎竹彦「節分の巻きずし」『民俗』136・137合併号 相模民俗学会 1990
- xvi 岩崎竹彦「フォークロリズムからみた節分の巻きずし」『日本民俗学』236 日本民俗学会 2003
- xvii 『日本民俗大辞典』によれば、恵方とはその年の年神（歳徳神）がいて、最も縁起が良いとされる方位のことで、吉方・得方とも書き、明きの方ともいう。中国の十干十二支の思想に基づくもので、日本では陰陽道の知識のひとつとして展開したとされている。そのため、もともとは官の知識として伝えられていたものだった。それが近世に入り、暦書が民間へと流布したことなどにより一般化した。その方位は、その年の十干によって決定し、甲・己年は甲（東北東）、乙・庚年は庚（西南西）、丁・壬年は壬（北北西）、丙・辛・戊・壬年は丙（南南東）となる。その後陰陽道における吉方という考え方に、日本の民間伝承にある「年神」の存在が混同され、現在の概念へ変化している。また、恵方などの暦注は、1872年（明治5）の太陽暦採用以後、公の官暦では迷信として排除されてきたもので、結果として現在では民間にしか残っていない伝承であることも注目すべき点である。
- xviii ブログとも呼ぶ。インターネット上のフリー百科事典「ウィキペディア」によれば、ブログ（Blog）とは、狭義にはウェブ上のウェブページのURLとともに覚え書きや論評などを加えログ（記録）しているウェブサイトの一種。「WebをLogする」という意味でWeblog（ウェブログ）と名付けられ、それが略されてBlog（ブログ）と呼ばれるようになった、とされている。
- xix ミツカンホームページ（<http://www.mizkan.co.jp/company/newsrelease/2006news/060113.html>）より引用
- xx 岩崎前掲論文1994 p238
- xxi 篠田統『すしの本』柴田書店 1970 p113
- xxii 寺尾宗冬「お台所メモ—節分の食風習」『朝日新聞』1990年1月29日付
- xxiii 宮下章『海苔の歴史』全国海苔問屋協同組合連合会 1970 p1125

- xxiv 『毎日新聞朝刊東京版』2004年1月26日付より引用
- xxv 岩崎前掲論文 2003 p73
- xxvi 『毎日新聞夕刊大阪版』1998年2月3日付より引用
- xxvii 小林信彦『唐獅子源氏物語』新潮社 1986 p194
- xxviii 『東京新聞朝刊』2006年2月2日付より引用
- xxix 『日経流通新聞』1993年1月28日付より引用
- xxx 『朝日新聞夕刊』2006年2月3日付より引用
- xxxi 『朝日新聞朝刊』2006年1月30日付に、この時の記事が載せられている。
- xxxii 竹井恵美子「「節分の食」今昔」『大阪学院大学通信』31-11 2001 p136-137
- xxxiii 岩崎前掲論文2003 p79-80
- xxxiv 1999.4.23付 朝日新聞名古屋地方版より
- xxxv 石井前掲書 p181
- xxxvi 月刊コンビニ2007年12月号掲載記事「このまま使える『年末対策』完全版」p20より抜粋

新刊紹介

塚田誠之 編

『民族表象のポリティクス 中国南部の人類学・歴史学的研究』

本書は、中国南部地域における民族表象のポリティクスについて人類学と歴史学の視点から検討した論文集である。

構成は、第1部「文字・記録と表象」として、曾士才『貴州におけるミャオ文字の創作とバイリンガル教育』、樫永真佐夫『ベトナムにおける前近代ターイ民族史研究について』、兼重努『県級「民族誌」における民族表象—広西・三江トン族自治県の事例から』、稲村務『ハニ語と中国語の間—ハニ語と中国語訳における知識人による表象の政治経済』の4論文を、第2部「歴史と表象」として、塚田誠之『海南島における洗夫人とその信仰をめぐる表象と変遷』、武内房司『清末雲南タイ系土司の近代化ヴィジョン—刀安仁とその周辺』、韓敏『韶山の聖地化と毛沢東表象』、瀬川昌久『南雄珠_巷をめぐる広東ローカリズムと中華ナショナリズム』の4論文を、第3部「エスニック・シンボルと表象」として、吉野晃『槃瓠神話の創造？ タイ北部のユーミエン（ヤオ）におけるエスニック・シンボルの生成』、松岡正

子『ナムイ・チベット族の選択—集落の解体と山の神祭りという民族表象』、長谷千代子『表象の中の地域と民族—徳宏タイ族の水かけ祭りをめぐるポリティクス』、長谷川清『都市のなかの民族表象—西双版纳、景洪市における「文化」の政治学』の4論文を収めている。

本書は、民族表象は為政者によって操作され、歴代王朝の統治体制や国家統合の政治的文脈において民族政策の対象になってきたことや、表象の現場において複数の表象主体が介在し、せめぎあいが見られるなどの問題点に留意しながら、文字や記録、歴史人物やエスニック・シンボルなど多様な表象形態を対象に民族表象の政治性について解明することを目的としていて、各論文で取り上げられている民族表象についての理解とともに国家と民族の関係についての一つの観点を与えてくれる一冊である。

(高倉健一)

A5版 429頁 風響社 2008年3月刊
5000円+税