

<<東北魂>>を鼓舞する
電子新聞

発行所 株式会社遊無有

〒207-0005
東京都東大和市高木3-315-1-2-2
http://www.yumuyu.com/
e-mail:yumuyu@wj8.so-net.ne.jp

東北復興

Rising up, TOHOKU!

2017年(平成29年)9月16日 土曜日

無料

第64号

毎月発行

発行 2017年(平成29年)9月16日 土曜日

【当新聞発行責任者 兼編集長兼記者紹介】

【砂越 豊】

宮城県生まれ、63歳、経営コンサルタント、趣味は、縄文文化研究、この2月に株式上場プロフェッショナルを養成し、IPOの経営者教育も行うスクール『IPOマスタースクール』を開校、校長就任



国内消費を増やすための「ホヤネットワーク」拡大 ほやほや学会/水月堂/マルブン食品/実験場としての 渋谷・焚火家

「ほやほや学会」の 田山代表との出会い

「ほや」の認知度向上や販路拡大を通じて東北の復興を目指す「ほやほや学会」の存在を知ったのはそんな昔のことではない。しかし、最近一挙にその「距離」が縮んだ。代表の田山圭子氏とFB上で「友達」になったその日の夜に、テレビ東京で田山氏の活動が放映されていたまさに奇遇としか言いようがない。さらに先月三十日には、



ほやほや学会 田上代表

東京ビッグサイトで行われた「外食ビジネスウィーク2017」にも出展されることで会場にかけつけ、直接お会いした。

新たなホヤレシピ

「ほやほや学会」ブースには、ホヤのカナッペ風「ホヤッペ」、「天ぷら」、「冷凍ホヤ」等が提供されていた。一通り試食させていたのだが、「ホヤッペ」や「天ぷら」はお酒のつまみとして最適であるし、冷凍ホヤは味が落ちないことに少々驚いた。

宮城のホヤ関係者連携

また、このブースには、宮城県の多くのホヤ関係者が、ホヤ素材と試食用料理を提供していたが、そのなかに、当新聞が八月に主催した「ほや料理を楽しむ会」でお世話になった「水月堂」も協力していたことに気がつき、確実に連携の輪が広がっていくのを感じた。



東京ビッグサイト ブース

田山代表との立ち話のなかでは、その水月堂のことも、マルブン食品の佐藤文行氏のことにも触れた。手前勝手ではあるが、当新聞によるホヤネットワークが急速に形成されていくのを感じた次第である。

ホヤイベント企画容易

これだけのホヤ関係者とのネットワークができること、ホヤイベントは比較的容易に企画可能となる。

また、「ほやほや学会」は「ほや」の普及・啓発にかかる情報発信やファンが集まるコミュニティづくりを行い、現在、関東・東北を中心にホヤの情報発信・イベントづくりのプランナーとして活躍中とのことであり、今後連携して活動していくことも検討していきたい。

新国内消費目標設定!

一連の活動企画も、昨年のホヤの大量廃棄が起点であり、何としても大量廃棄

をなくすことが必要である。そこで、具体的な数字を挙げて検討してみよう。まずは、昨年に水揚げされた一万三千トンのうち、約六割にあたる七千七百トンが大量廃棄され、今年も五千トンが廃棄されているが、この廃棄分を、今後拡大する国内消費でまかなうという目標を提案したい。

具体的には、ホヤ一個あたり百五十グラムとして、五千トンでは年間約三千三百三十三万三千個を新たに国内消費する必要がある。

仮に、新たなホヤファンを三百万人増やすとして、一人あたり約十一個を新たに年間消費することが必要である。かなりハードルの高い目標となる。

ホヤ加工品の量産による低コスト化促進

前述の目標達成をより現実にするため、当新聞では、ホヤ加工品生産を現在より大幅に増やし、生産コストと小売価格を引き下げ、大々的にPRして普及させ、従来のホヤファンの消費拡大を図ることも提案したい。具体的には、まずはホヤ干物である、ピールのつまみに最適であり、まだ知名度が低い。

宮城県石巻市の水月堂の干物が有名であるが、さらに販売拡大を期待したい。それから、ホヤ加工品としては高級品のバクライ。

ホヤと「このわた」(ナマ

この腸)で作るが、かなり高価であり、珍味ファンの高嶺の花となっている。もっと入手しやすい価格になれば、日本酒党からは大歓迎されるはずだ。そのほかには、塩辛、チヤンジャなどがある。新顔としては冷凍ホヤ。冷凍しても味が落ちないホヤならば、旬の夏以外にも食べられるし、食べる方法も多様化が期待できる。

東京電力の協力取り付け

こうした消費拡大運動には東京電力の協力取り付けが必要であるし、東京電力はそうしなければならぬ理由もある。

なぜならホヤの大量廃棄は放射能汚染の風評被害によるものであり、東京電力の責任は避けられない。ホヤという縄文以来の珍味、食物を風評被害で消滅させてはならないのである。



ホヤの天ぷら



ホヤッペ

寄稿者紹介

佐藤 文行
(さとう ふみゆき) 氏

1959年12月9日生
猪年 射手座 O型
走りながら考える人。
止まったら死んじゃう
鮪タイプ。
妻 一人
子供 3人(2男1女)
マルブン食品(株)



「ほや」の廃棄に、 オジサンは怒ってます!! 地元民が救わずして何とする!!

初めて投稿させて頂き
ます。宮城県塩釜市の蒲鉾屋
マルブン食品(株)の佐藤と申
します。
(http://www.marbun-s.com/)
当社は私で3代目。50年
の社歴があります。会社の



真ぼや

事、製品の事は是非、サイ
トをご覧ください。
さて「ほや」です。皆さ
ま既にご存知かとは思いま
すが、昨年来、「ほや」が
廃棄されています。それは
なぜか??簡単に説明する
と以下の通りです。

経緯と現状

●震災前まで、宮城県を中
心とした三陸の「真ホヤ」
は、収穫量の約50%を韓国
に輸出していました。しか
し、原発問題を理由に韓国
が輸入を全面ストップしま
した。

●震災で養殖いかだが流
され、2011年から
2014年までは収量がほ
ぼゼロでした(ホヤは種付
けから収穫まで3年掛かり
ます)ので、ほぼ困った状
況にはならず、まあ来年あ
た

り解禁になるだろうと
楽観視していました。
2012年に種付けされ
たホヤが回る2016年
までに韓国の輸入が解禁に
なれば良いのですから、生
産者も、漁協も、県当局も
2015年までは安穏とし
ていたのです。

●ところが結局は2016
年も、2017年も解禁に
はならず、「廃棄」という
残念な結果に至っているの
が現状です。
(東電の保証付きですから、
生産者には何の躊躇もない
模様です。いずれこの辺り
について詳しく触れると、
頭に血が上りますのでこれ
くらいにしておきます(笑)

●それにしても、既に種付
けしてあるホヤの収穫は、
間違ひなくこの先3年は続
きますが、東電の保証が続
くかどうかは解りません。

兎にも角にも、「ほや」
を救わねばなりません!皆
様の絶大な協力をお願い
致します!
「ほや」に罪はありません
折角生まれ育ったのに、水
揚げと同時に焼却処分され
るなんて、悲し過ぎます!
このままでは絶対にバチが
当たります!

まずは「ほや」を 知る事が大事!

構造は至って簡単。
一言で言えば、入水孔か
ら海水を体内に入れ、プラ
シントン等の栄養素を摂取
した後に出水孔から排出す
る。そんな仕組みです。

嫌いな理由

私の知り得る限り、「ホ
ヤが嫌い」と言う方の8割
は「独特の臭い」と答えます。
ではこの「臭い」の原因は
何なのか??
それは凶にある胃から肛
門に詰まっている排泄物の
臭いなのです。

ポイントは鮮度落ち云々
の前に、まずはこの排泄物
を取り除く事なのです。目
安は24時間かな?と個人的
には思っています。

具体的に言いますと、殻
付きで築地に届いた鮮度の
良い「ホヤ」は、その日の



ほや酢一きゅうりとの相性抜群ですね

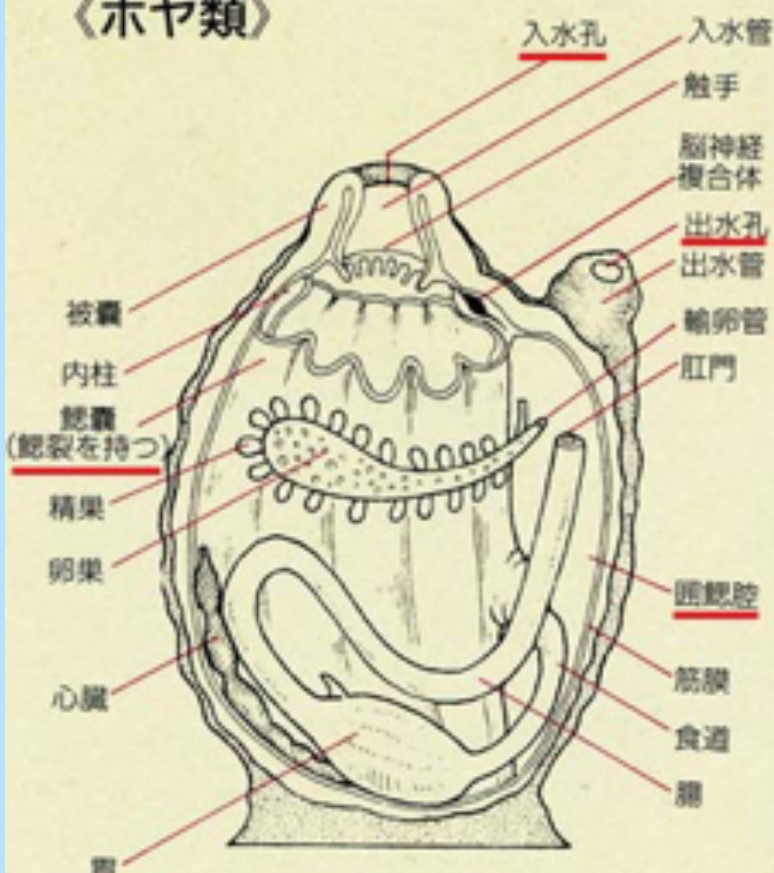


ほやチャンジャ

朝に食せば、ほぼ臭いは感
じないと思われれます。が、
それ以降に食す場合は「剥
きホヤ」にすべきなのです。
(個人差がありますので、
これは一例として参考にし
て下さい)
従って産地以外で食す場

合は、産地で剥かれた「剥
きホヤ」をお勧めします。
いずれにしろ、一度でも酷
い目にあつた方は、どうし
ても「ダメ!」みたいな
拒否反応なのかも知れませ
んが、初めての方にはこち

〈ホヤ類〉



ほやの構造

らをお勧めします。
稀に、ホヤ独特な「磯の香」がダメとおっしゃる方もいらっしゃいますが、こちらの方は剥きホヤでもダメだと思われず。

「救うは食べる」

ホヤは夏の食べ物として定着しています。つまり、秋以降は来年の初夏まで食べられる事はありません。

確かに8月末には殻が固くなり、身が細り、味が抜けますので、オススメはできません。

昨今は色々な食べ方を提案するお店も増えてはいますが、消費者自体(特に地元)に「夏のホヤ酢」が擦り込まれており、メニューの広がりがありません。夏が終われば終わり!の食材なのです。

また、東北以外の関東、関西はじめ他のエリアでの消費量はほぼゼロに近いのが現状です。

昨今「ホヤ掘販」の動きがあちこちで見られます。前項でお話しした通り、「尻に火」の状態ですから無理もないと思います。

今年も大手町産経新聞社前広場(都内)や心斎橋筋(大阪)で行われたイベントがその最たるものです。いったいどれほどの金額を掛けてキャンペーンを実施しているのか知りませんが、数百万の単位では無いと思われず。

ハッキリ言いますが、それは完全な無駄だと思いま

す。「ホヤ」の個性や認知度、物流経費、掘販に費やす経費などを考えたら、大都会で紹介すれば何とかなるつものではないと思います。ではどうするのか???

ホヤが好きで、年に3個食べている人に15個食べさせる努力をすべきなのです。私達は今年から具体的な行動に出ました。

そして冬の鍋の一大需要期に食べて貰おうじゃありませんか!!

ポン酢に薬味(小ネギ、紅葉おろし)でどうぞ!きつとセリも合う事でしょう。御用とお急ぎでないホヤ好きの方は、是非一度お試しください。

3〜4個、下したら5〜8個は行けますよ。

★実はここには大きなホヤの特徴があります。

ホヤは、冷解凍しても一切品質が変わらないのです。

と言う事で、今年は手始め程度に数店のお店と取り組みを開始致します。

「ほやチャンジャ」&「剥きホヤ」(冷凍)に関しましては月内に通販業務を開始の予定です。その際はまたこちらでもご案内させて頂ければと思います。

「食べるは救う」です。来年、再来年に水揚げされるホヤ達が焼却されない為にも、皆様のご協力、心からお願い申し上げます。



ほやしやぶ素材



ほやしやぶ

ついに東京でホヤ談義実現 東北水産業復興、インバウンド観光、 東北歴史談義等へと話題は尽きない

「ホヤしゃぶ」などの新規のホヤ料理を広く浸透させることで、ホヤの国内消費拡大を目標む佐藤文行氏と九月十二日に東京駅近辺の海鮮料理店でお会いすることになった。



集合写真

またこの席には、佐藤氏とともに立ち上げた、ホヤ料理素材取扱い専門の(株)涛煌の高橋雅忠氏も同席。
全員が初対面にもかかわらず、いきなりホヤの消費拡大を東京圏で狙うための戦略を忌憚なく語り合うことからスタート。
話はかなり緊迫感が漂い、東京圏では、海鮮の専門家といえども、ホヤのことを知り尽くしている人が少なく、ホヤ嫌いを増やすことにつながるという事、夏が旬のホヤを夏以外にも食べられることをアピールすること、有名人を「ホヤ大使」に任命してホヤ認知度を急上昇させること、国内消費を拡大して二年連続でのホヤ大量廃棄をただちにやめ、縄文以来の食材のホヤを守るなどを話した。話題はさらに飛躍して、



仙台旬風富和利店長

東北水産業復興、さらにはインバウンド観光、九月十七日がアテルイの命日であること、そこから支倉使節団の目的などに展開した。また、佐藤氏を選んだ会場場所は、ホヤなど宮城の海鮮を中心に扱う「仙台旬

風 富和利」。
店長さんは若い女性でサプライズ。宮城の隠れた銘酒「栗駒山」を軽く一升は飲み干して、お開きとなった。
非常に楽しいホヤ談義であった。



おみやげにいただいたホヤチャンジャ

最近、魚介類が不漁のため価格が軒並み急上昇しているらしいが、実際のところはどうなっているのだろうか？

最近、サンマやスルメイカといった秋の魚介類の価格が上昇しているようだ。台風の影響で水揚げが減少したり、サイズが小さかったり、全体的に低調な状況が続いているという情報もある。

結果、卸値も上昇し、店頭小売価格も上昇中である。サンマの卸値は小型のものでは昨年の二倍という話もあり、スルメイカの卸値は記録的な不漁だった昨年より二割高。店頭では、一匹350円から398円という値札が目立つとのことだ。また、今月に入り、東北や北海道北部では獲れてはいるが、各地の漁港で、塩辛などの加工メーカーによる争奪戦が起きており、在庫



函館で獲れた新鮮なイカ

がほとんどないという情報もある。北海道の秋サケも不調のようだ。八月までの水揚げは、二十四年ぶりの不漁だった昨年より三割も少ないという。そのためイクラの値上がりが目立つとのことである。

こうした事象の影響は、当然ながら飲食店にも影響を与えている。

こうしたなかで、唯一豊漁なのがイワシで、旬は五月六月ということだが、九月に入っても、前年の二倍を超える入荷があるという。安くて、脂がついて、味も良いようだ。

* 消費者にとつてはかなりありがたい状況であり、このところ魚離れが叫ばれているなかで、それにより拍車がかかることは、東北水産業復興という観点からも避けなければならぬ。一方で、メディアがヒス

テリックに不漁不漁とアピールしすぎてはいないだろうかとふと疑問にも思ったりする。

現に、函館の友人からは、新鮮なスルメイカを大量に入手したという知らせもあり、大騒ぎするほど不漁ではないようにも思う。

魚介類が不漁で極端な品不足という心理が価格を押し上げているという市場心理的な部分も否定できないのではないだろうか。確かに、外国漁船の乱獲、温暖化による日本近海での魚介類の変化、中長期的な養殖漁業への切り替えの遅れなどの課題もあるが、目の変化でパニックになるのだけはやめよう。



イワシは豊漁



【完成品】



フライパンで炒めている



巻いたさんま

第37回 水産業再興のための料理レシピ紹介 《サンマのイタリアンソース煮込み》

バジルが入るとイタリアンになります。ソースがとても美味しいです。パンにもあいます。(松本談)



郷土料理愛好家 松本由美子氏

一簡単レシピー

『材料』 2人分、さんま2匹、玉ねぎ1/2個、ニンニク1かけ、オリーブ油 大、4 トマト缶(カットタイプ)1/2缶 *今回、手作りトマトジュース400CC、白ワイン20CC、塩・コショウ 適量、小麦粉 適量

『作り方』 ① ニンニク、玉ねぎをみじん切りにし、さんまは半分に切って塩・コショウをします。小麦粉をまぶします。 ② フライパンにオリーブオイルを熱し、玉ねぎとニンニクを炒めます。 ③ オリーブオイルでさんまを香ばしく焼く(火が通るまで) ④ 玉ねぎを炒めた中にさんまを加えます。 ⑤ 手作りトマトジュース(トマトホール缶)400CCを加え煮込みます。途中、白ワインを20CCほど入れます。 ⑥ 出来上がったら、お皿にソースを敷きます。その上にさんまを乗せます。バジルをカットしたものと飾りを添えます。

写真でお伝えする

東北の風景（秋の気配）

写真撮影：尾崎匠



遠くに岩手山を望み、八幡平山頂に至る景色は、山歩きを始めたばかりの人間にとって垂涎の的である。八幡平の鏡沼の青、そして空の青もともに、どこまでも高揚し続け、上昇していく感覚が写真から伝わってくる。

夕焼けのこうした色もずいぶん久しぶりのような気がする。前回はいつだったか記憶がないほどだ。自然からすっかり離れてしまった自分を再確認する。

夏の終わりに咲く花はどこかさびし気で、真夏の花の激しさがなく、優しく心地よい。

露に濡れたカマキリも、乾かさねば狩りもむずかしいだろう。



「都市ブランド」と東北

東北は「住んでみたい都市」が少ない?

「都市ブランド」という言葉が最近よく耳にするようになってきた。決められた定義はないようであるが、例えば後述する秋田県鹿角市の「都市ブランドの確立」に向けた政策研究報告書では、「特産品や観光地など、ある特定の地域資源がブランド化されたもの」を「地域ブランド」と呼び、「市全体の地域活性化へと繋がる地域ブランド構築の姿を『都市ブランドの確立』と位置付けている。

指標となるランキングを作成した」というもので、「都市ブランド」力を住んでみたいかどうかという視点で測ったものである。それによれば、「住んでみたい自治体」の1位は札幌市で、2位が京都市、3位が横浜市で、以下神奈川県鎌倉市、那覇市、福岡市、神戸市、沖縄県石垣市、北海道函館市、長野県軽井沢町と続く。東北の各都市では、仙台市の20位が最高で、他は上位100の中には盛岡市が93位、秋田市が97位にランクインしているのみである。

2014年10月の第29号で、ブランド総合研究所の「地域ブランド調査」のことを取り上げたことがあったが、昨年11月には日経B P総合研究所が「シティブランド・ランキング」を立ち上げた。これは、「都市住民が持つ『住んでみたい』というイメージを『ブランド力』としてとらえ、その

注意しなければならぬのは、この調査、「5大都市(五大都市圏の中心都市・東京23区、大阪市、名古屋、札幌市、福岡市)の在住者5000人超に『将来、住んでみたい』と思う自治体を選んで』もらったものだということである。仮に仙台市民も調査に加わっていただければ、東北各都市の順位はもっと高いものになったのではないかと思

われるが、逆に言えば、東北を除く他の都市圏から見た東北各都市への認識というのがこれくらいのものである。これは分る調査結果となっていないのではないだろうか。

「都市ブランド」発信への取り組み

各都市圏の傾向についても明らかにされているが、東京23区在住者が将来住んでみたい自治体TOP50の中に東北の自治体は1つのみ、大阪市在住者、名古屋市在住者が将来住んでみたい自治体TOP50の中にも東北の自治体は1つ、札幌市在住者が将来住んでみたい自治体TOP50の中に東北の自治体は1つ、秋田市が97位にランクインしているのみである。

このような「都市ブランド」の重要性を認識した自治体が、自分たちの都市ブランドが何かを考え、取りまとめ、発信する事例が増えている。東北でも、例えば秋田県鹿角市は2015年に『都市ブランドの確立』に向けた政策研究報告書』をとりまとめている。

注目すべきは、石垣市や函館市、軽井沢町など県庁所在地ではない都市がベスト10にランクインしていることである。これ以外にも11位に沖縄県宮古島市、14位に沖縄県沖縄市、16位に長野県松本市、17位に千葉県浦安市、18位に北海道小樽市、19位に神奈川県箱根町が入っている。中でも軽井沢町、松本市、浦安市は、それぞれの県庁所在地よりもランキングが上位である。これらの都市は、まさ

「転入者」「有識者」から見た鹿角市の地域ブランド形成の課題を抽出すると共に、SWOTクロス分析を行い、「鹿角ブランド」確立のための3つの戦略を立案している。

また、岩手県北上市の取り組みはより徹底している。北上市では昨年6月に「きたかみ都市ブランド推進市民会議」を立ち上げた。「北上市の魅力」を効果的に発信する『ブランドメッセージ』案を検討すること、活動をテーマに掲げ、「魅力発散ワークショップ」を企画して「ブランドメッセージ」の素案を作成、素案をベースにコピーライターが磨き上げたブランドメッセージ案を9案の中か

「塩竈」を一目で連想できるお洒落で印象的なロゴマークを公募し、全国から集まった391点のロゴマークの中から最優秀賞を選んでいる。これなども全国にロゴマークを公募している点で、塩竈市という都市の認知度向上にもつながることも期待できる取り組みである。ちなみに、この時選ばれたロゴマークは天然記念物でも

ある「塩竈桜」と港町塩竈を象徴するような「跳ねる魚群」をモチーフとした作品が選ばれている。違ったアプローチを見せられているのが仙台市である。東日本大震災での被災を踏まえて、「震災と復興の経験と教訓を継承し、市民の防災文化として育てる」ことを掲げ、また2015年に仙台で第3回国連防災世界会議が開催されたことを契機として「世界の防災文化への貢献」と「快適で防災力の高い都市としてのブランド形成」を目指すとして、「防災環境都市・仙台」を「都市ブランド」として打ち出している。

以前紹介したが、第3回国連防災会議では、2030年までの国際的な防災・減災の指針となる「仙台防災枠組2015-2030」が採択された。この「仙台」の名を冠した成果文書の採択都市として、震災の経験と教訓についての情報を発信すると共に、防災・減災に対する取り組みでも他の都市の先駆けとなるという方向性は、「都市ブランド」としても他にあまり例を見ないというところもあり、大いに首肯できるものである。国連防災会議の後、毎年3月に「仙台防災未来フォーラム」を開催し、今年11月に開催される「世界防災フォーラム」の開催地として名乗りを上げるなど、防災・減災に関する情報の発信を

強く意識していることが窺える。一過性の取り組みに終わらず、息の長い取り組みとなることを期待したい。

さて、やや古いデータとなるが、首都圏居住者に絞って、全国の都市のイメージを測定、数値化した株式会社GAIN(現・株式会社モニタス)の「全国都市ブランド力調査」もある。「住んでみたい」だとハードルは高いかもしれないが、住むことにこだわらず、「行ってみたい」「体験してみたい」とまでは思わなくても、「行ってみたい」という調査は、もらったというこの調査は、日経B P総合研究所の調査とはまた違って、しがらみのない、より自由な観点から都市のイメージが捉えられているように思われる。

自由な視点で捉えられたこと、こちらの調査では市町村と都道府県が入り混じっているが、1位が京都市で、2位が札幌市、3位が沖縄県となっていて、以下、東京都、那覇市、横浜市、神戸市、北海道と来て、次に9位に仙台市が来ている。大阪市や福岡市、金沢市、長崎市、函館市、名古屋市などを抑えてのベスト10入りである。他に、盛岡市と青森市が30位、弘前市と秋田市が44位にランクインしている。両者の結果を合わせて考えると、仙台市を始め、東北の各都市は「住んでみた

「上：アジサイをモチーフとした北上市のロゴ、下：桜と魚をあしらった塩竈市のロゴ」



ここに「都市ブランド」力を高めるヒントがあるようにも思える。すぐには「住んでみたい」とまでは思わなくても、「行ってみたい」と思われる東北の都市は、いくつもあるわけである。

この調査で「行ってみたい」の理由となっていたものは、最も多く挙げられていたものから「おいしいものや名物の食べ物を食べたから」、「歴史や伝統があるから/感じたいから」、「今後住んでみたい/暮らしてみたいから」、「自然があるから」、「海、湖、川、港があるから」の順であった。このうち「住んでみたい」は先述の通り、「シティブランド・ランキング」で東北の都市がほとんどランクインしていなかったが、それ以外の理由は東北の各都市にも大いに当てはまる。東北の各都市として、これはこれを基に、「自分た

ちのウリは何なのか」について再度洗い出しをしてみるとよいのではないだろうか。その際に、北上市の取ったアプローチの方法は大いに参考になると思われる。今年5月の第60号で「東北でよかった」騒動について取り上げた際に、「東北においでよ」という投稿の多さについても紹介した。これなども「都市ブランド」にも直結している。なぜなら、それらの投稿は「〇〇があるから一度おいでよ」とアピールしているものがほとんどであり、この「〇〇」こそがその都市に固有の要素、他の都市と差別化できるもの、いわゆる「キャラの立っている」ことであるわけであるからである。

これらの投稿の大半はそこに住んでいる、あるいは住んだことのある人によってなされていたが、そのことはつまり、「自分たちのウリは何なのか」を一番よく分かっているのは、他ならぬその地に住む人だということを示している。それらの声を集め、束ねることが「都市ブランド」確立の出発点になるのではないだろうか。

執筆者紹介

大友浩平

(おおともこうへい)

奥州仙臺の住人。普段は出版社に勤務。東北の人と自然と文化が大好き。趣味は自転車と歌と旅。

「東北ブログ」
http://blog.livedoor.jp/anagmasi/

Facebook
https://www.facebook.com/kouhei.ootomo



東北人の「仮面民族」という多大なるストレスの事

十年以上前になるが、全国を所謂放浪するような生活を送っていた、やがて日本最西端の八重山諸島の「主島」石垣島に達し、半年ほど滞在した事があった。そこで現地の人々に接して、しばしば「ヤマトの人」と呼ばれる事に、日本の先頭に辿り着き旅の折り返し地点に立つ実感と同時に、その呼ばれ方を今一つ飲み下せぬような言い知れぬ違和感を覚えるのだった。



奥羽越後現像氏紹介

一九七〇年山形県鶴岡市生。札幌、東京を経て、仙台に移住。市内のケルト音楽サークルに所属し、あちこち出没し演奏する。フィドル(ヴァイオリン)担当。

島の人々を「ヤマトの人」「ヤマトンチュ」と呼ぶ(チュウと伸ばす場合と「ナイチャー」と呼ぶ場合は侮蔑が含まれるという)。これは更に北東のアイヌ民族が本州以南を指して「和人」と呼ぶのと同様、「大和民族」を意味するのだが、「民族」の概念とか定義とか難しい事はさて置いて、自分たちの歴史・文化・言語各方面において共通認識の低い北東の隣人集団、それを「ヤマト」としてひと括りにするのである。近代に入って沖繩人はアイヌ民族の存在を知り、東京では九十年代から関東在住アイヌと沖繩人による合同の祭が毎年開催されていて、その事からも、沖繩の決して少なくない人々が、明言するか否かはともかく、自らをヤマトとは違う別個の民族である事を自覚しているのは間違いないだろう。おそらく、「ヤマトンチュ」と呼ばれた本土人の大半も、その呼ばれ方に異論はあるまいが、問題は、私が覚えた、違和感である。

「東北にもヤマトと戦った長い歴史があるのです。」と話した事がある。女性は大変驚いて、信じられないという様子であった。実は北海道で、とあるアイヌ男性と話した時と同じようなやり取りがあり、何やら哀しいものを感じてしまったのである。未だ苦難の多いアイヌや沖繩人、一方そんな彼らにさえ認知されない東北の「失われた民族」・「事態は実は、東北の方がより深刻なのではないかと」。

確かに、アイヌ民族や沖繩の人々ですら未だに民族として認めないとか、完全に同化したとか言っていて、いや、アイヌである、ともいえるのです」と語っている。大阪には古代蝦夷の長・アテルイらが処刑された記録される地や首塚と伝えられてきた石組があり、近年地元民の手で再発見され整備されてきた事実がある(関西だからといって「東北熊襲発言」のような差別主義者ばかりではない事は忘れてはならない)。九十年代からいくつかのアテルイ慰霊祭が行われており、その中には、アイヌ民族団体による伝統的な祭式の慰霊祭もあるのだが、これに岩手県現・奥州市の「アテルイを顕彰する会」会長・及川海氏が疑問を呈した事があった。

遥か古代に、同様にヤマトと戦った、しかも同じアイヌ語名であるアテルイが、同胞・同族に思えない訳がない。と、同時にアテルイを地元の英雄として讃えず、むしろ依然として宿敵である侵略者・坂上田村麻呂を祀り上げるような東北人に對しては、「アテルイを略して移住してきたヤマト人の子孫」としか認識しようがないであろう。『アテルイを顕彰する会』を巡る人々としては、言い知れぬ不安、危機感に襲われたのではないだろうか。即ち、自らの英雄を他者に奪われる事、更には、自らのアイデンティティそのものを奪われる事に対して、いや、正確には、奪われるのではない。長年自ら隠してきた民族名が、今度こそ本当に消滅してしまいい、掲げてきた偽りの民族名が本当になってしまふ恐怖感。

「東北のアイデンティティを守る為には、自らがアテルイの存在を見直し現代の東北人自身の英雄である事を認識する必要がある」と、志を強めたに違いない。同時にそれは、あまりにも長い年月の間被ってきた「大和民族」という仮面をようやく脱ぐ覚悟を決める瞬間でもあったはずだ。及川氏のある意味でのアイヌ民族への反発の気持ちは、同じ東北人として、よくわかる。しかし、アイヌ民族によって刺激され、東北人がアテルイの存在を見直すのは東北と蝦夷の歴史に必然的且つ象徴的な事にも思えるし、今後もアイヌ・アテルイの首塚における慰霊祭に参加した名古屋在住のアイヌ、オリパツク・エサマン氏は、その場に多くいた東北出身者の話を聞き、こう書いている。

その中間にあつて曖昧となつた「第三の民族」復権宣言を強調するものでもあるだろう。大阪府枚方市の伝・アテルイの首塚における慰霊祭に参加した名古屋在住のアイヌ、オリパツク・エサマン氏は、その場に多くいた東北出身者の話を聞き、こう書いている。『地元の英雄、東北のアイデンティティと言えはいいのだろうか、アテルイの戦いという『自分たちの土地を中心出来る物語』について、長い間知らされていなかった彼らの言葉に、私達アイヌの辿ってきた歴史と似たようなものを感じた(中略)いろいろな事あつて、『私たちは何者か』について、わからなくなつてきているのだ。』

それにしても、なぜこの平成の時代に、東北人は大和民族の仮面を息苦しく感じるようになったのだろうか？ 明治から昭和にかけて、会津の山川健次郎にして、盛岡の原敬にして、庄内の石原莞爾にして、多くの賢人が大和民族の先鋒であろうとしてきた筈だ。発展から取り残された東北の地をバネにしてヤマトのトップに登りつめ、全てを牛耳り動かす事が、最終的に郷土東北を良くする事につながると信じたのだろうか。続く戦後、復興と経済成長の為に東北は資源も人材も差し出し、代わりに原材を受け入れ国家への貢

東北独立の実現が途方もなく遠いとすれば、まずはさりげなく、大和民族である事を辞めていく事から始めるのはどうだろうか。アイヌ民族、琉球民族に對して「私はヤマト・和人ではない！」と表明するのもいいが、東京や西日本で「俺、大和民族やめるから」と堂々宣言する事がブルムになつていたら面白い。東北人の隠れていた反骨と底力が、きつとその瞬間から芽を吹き出すはずだ。

9月17日はアテルイの命日
延暦二十一年八月丁酉(十三日)、十数年間にわたって古代国家と対決し続けた胆沢の蝦夷の首長アテルイは、坂上田村麻呂に降伏後、遥か河内国において盟友モレとともに斬殺された。その日は西暦 802 年 9月 17日のことだった。

シリーズ 遠野の自然
「遠野の白露」
遠野 1000 景より

遠野も、夏の喧騒はどこへやら、急に涼しくなり、秋の気配が徐々に濃くなっていくようだ。

今回は、遠野に咲く「野の花」満載と行こう。

黄色と鮮やかな色彩が秋の澄んだ空気のなかでよりくつきりとして、その存在を静かに主張している。とても心地よい。

また、ヤマセの湿った重い霧が山の頂から下ってこようとすると、里にまでは降りて来ず、山の頂に厚くとどまったままの光景も圧巻である。他所では見られない光景だ。

民話の里の遠野では、鳶でさえも鳥居をくぐるのだろうか。鳥居の先にある大きな下駄を目指しているようにも見える。

そしてこれからの遠野は秋祭りの季節でもある。人がいない森閑とした山の神社の境内で、子供たちが馬場巡りをする光景は、時代感覚を麻痺させる。



キツリフネ



ツリバナ



ツクサ



朝の清水



鳥居と鳶と下駄



マユミ



ミズアオイ



神楽 馬場巡り