

<<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 !

無料

第67号

毎月発行

発行 2017年(平成29年)12月16日 土曜日

2017年(平成29年)12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、64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



東北独自の観光政策とは何か？ アジア人再訪希望率、東北最下位に驚くなかれ

調査結果をよく読む

下記の記事を読むとすぐ
にあわててしまうのが常だ
が、まずはこの調査のま
めをじっくりと読んで見る
必要があると思う。

そうした観点から全国一
律ではない東北独自の観光
の目指すべき方向性、戦略
が浮かび上がってくる可能
性があるかもしれない。

当新聞としては、むしろ
東北は全国一律基準を目指
してはならないし、東北オ
リジナルの観光政策こそ追
及すべきと考えている。

アジアリピーター最下位
でも欧州は4位？

中国や台湾、タイなどア
ジアの8国・地域からの旅
行者の再訪希望率は、北海
道を筆頭に関西、東海、北
陸、中国地方の次、東北が
最下位とある。また関東の
記載がないことも気になる。
一方、英、米、仏、豪4カ
国からの旅行者の東北再訪
希望率はアジア旅行者に比
べ高く、関西や東海、九州

に次いで4位となった。

このデータだけみると、な
らば、アジアからの観光客
よりも欧州の観光客に比重
を移した政策、戦略を採用
すべきではないかとの意見
が聞こえてきそうであるが、
それは早計である。

第一、調査人数が少な
ざるのである。

さらに調査結果を見る

調査は6～7月、計12の
国・地域の海外旅行経験者
計6274人を対象に実施
され、このうち訪日者は
2792人。東北にはアジ
アから285人、英米仏豪
からは69人が訪れた、とあ
る。

2か月で、アジアから
285人、英米仏豪からは
69人が訪れたのであるから
平均してひと月あたり、そ
れぞれわずか143人と35
人。

東北六県合計としたら、
絶対数として少なすぎるこ
とこそ問題なのではないか
また、訪日者全体
2792人に占める割合も、

アジアから約10.2%、
欧州からはわずか約2.5
%である。

東北オリジナル観光
政策の方向性とは？

本気で取り組むならば、
まず東北への注目度を大幅
に引き上げることが第一で、
それなしにははじまらない。
次に、何を見て、何を体験
して欲しいかを明確にする。
まさか「爆買い」を目指す
ことはないと思うが、

また筆者が「東北六魂祭」
で気づいた点として、東北
六県の県庁所在地の公共ト
イレの数不足というイン
フラ課題があるが、現状で
は1日で10万人規模の大量
の観光客を受け入れること
がむずかしい点を挙げたい。

したがって京都のような
大規模観光客を迎える政策
はあり得ないと考える。

こうした観点から、1団
体あたりが中規模・小規模
の、じっくり見て、体験す
る観光という東北オリジナ
ル観光こそ、今後目指すべ
き方向だと考えている。

<インバウンド>「アクセス悪い」「自国カード使えない」アジア人再訪希望率、東北が最下位

日本政策投資銀行東北支店がアジアや欧米などの国と地域を対象に実施した東北インバウンド（訪日外国人旅行者）意向調査によると、アジアから東北を訪れた人の再訪希望率は56.8%にとどまり、全国の地域別で最も低かった。交通アクセスや自国キャッシュカードの利用への不満が他地域より高く、同支店は「満足度を高める早急な対応が必要だ」と指摘する。中国や台湾、タイなどアジアの8国・地域からの旅行者の再訪希望率は北海道が最も高く77.8%。関西70.9%、東海70.6%と続いた。東北は北陸の59.9%、中国地方の58.9%も下回り、最下位だった。英、米、仏、豪4カ国からの旅行者の東北再訪希望率は69.6%。アジアの旅行者に比べて高く、地域別では関西や東海、九州に次いで4位となった。東北を訪れて不満に感じたこと（複数回答）は「史跡や歴史的建造物の見物（説明の充実度を含む）」9.5%、「バス・タクシーの利便性」7.0%、「自国キャッシュカードの利用しやすさ」6.3%。これらの項目は他地域では5%前後にとどまり、東北への不満の大きさが浮き彫りになった。一方、東北でも公衆無線LAN「WiFi（ワイファイ）」の整備が進んだ影響から、「携帯電話・通信機器の利用しやすさ」への不満は6.7%と、前年の9.0%より改善した。東北支店は「インバウンドを増やすには受け入れ環境の改善が欠かせない。訪日者の再訪意欲が高い北海道との連携も重要だ」（企画調査課）と話した。調査は6～7月、計12の国・地域の海外旅行経験者計6274人を対象に実施した。このうち訪日者は2792人。東北にはアジアから285人、英米仏豪からは69人が訪れた。

河北新報 2017年11月07日火曜日記事抜粋



東北地酒ラインアップ

第30回 三陸酒海鮮会

2017.11.18 開催

30回という区切り目の会は大盛況

三陸酒海鮮会も第三十回目を数えました。そして今回は三十名近くのみなさんにご参加いただき大盛況でした。いつものように豪華な『東北地酒ラインアップ』にみな満足で、特に新顔の「安東水軍」が人気でした。海鮮も相変わらずの豪華版で、刺身、おつまみ、鍋と食べきれないくらいいっしょにリユームでした。ほんとにこの会は豪快でありつつもコスバ最高の会だと思えます。



人気だった『安東水軍』



いつものように豪華な刺身



人気のつまみ



第40回 水産業再興のための料理レシピ紹介

冬の魚シリーズ 《たらのポアレ》



郷土料理愛好家 松本由美子氏

『材料 2人分』 鱈 2切れ、えりんぎ 3本(縦に1/4に割く)、ブロッコリー 3房(茹でる)、赤パプリカ 30g(1センチ短冊)、じゃがいも 1個(乱切り)、にんにくおろし 少々、〈トマトソース〉 トマトホール缶 150g(つぶす)、バター 5g、生クリーム 20CC

『作り方』 (1) 鱈は塩・コショウをして片栗粉で揚げます (2) じゃがいもは、乱切りにし茹でて、マッシュポテトにします。おろしにんにく 少々、生クリーム、牛乳、塩・コショウを加え柔らかくします。 (3) えりんぎはサッと油で揚げ、塩・コショウをふっておきます。 (4) 皿にマッシュポテトを中心にのせ、ブロッコリー、えりんぎを周りに飾ります。鱈を油で揚げたら、マッシュポテトの上のにのせます。最後に赤パプリカとミントを飾ります。

写真でお伝えする

写真撮影:尾崎匠

東北の風景(冬の花と雪と鹿)



「地域ブランド調査」から見えるもの

「地域ブランド調査2017」の結果が公表

ブランド総合研究所の「地域ブランド調査2017」の結果が十月に公表された。

(http://hiki.jp/news/05_research/survey2017)

この調査は2006年から行われており、全国一、〇〇〇の市区町村と四七都道府県を調査対象として、全国3万人が各地域の「ブランド力」を評価するものである。

調査はそれぞれの地域に対して魅力度、認知度、情報接触度、各地域のイメージ(歴史・文化のまちなど14項目)、情報接触経路(「旅番組」など16項目)、情報接触コンテンツ(「ご当地キャラクター」などコンテンツ10項目)、観光意欲度、居住意欲度、商品の購入意欲度、地域資源の評価(「街並みや魅力的な建造物がある」など16項目)

執筆者紹介

大友浩平

(おおもつこうへい)

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。

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



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

などを質問すると共に、出身都道府県に対する愛着度、自慢度、自慢できる地域資源など出身者からの評価など全104の評価項目で各地域の現状を多角的に分析している。

東北の各自治体の動向

詳細な報告書は高額で私の財力では入手できないが(笑)、大まかな結果は公表されている。このうち「魅力度上位100市区町村ランキング」の結果は表の通りである。

東北の市町村を見てみると、仙台市が前年の25位から大幅に順位を上げて11位になったのを始め、青森県十和田市が前年の74位から58位へ、盛岡市が前年の117位から62位へ、福島県会津若松市が前年の65位から63位へ、それぞれ順位を上げている。青森県弘前市は前年の40位から順位を上げて81位となったが、依然ベスト100にランキングしている。東北で100

位までにランキングしているのはこれら5都市である。昨年ベスト100にランキングしていた山形県米沢市、福島県喜多方市、岩手県平泉町は、残念ながら今年はベスト100の圏外となった。

ちなみに、1位から10位は、京都市、北海道函館市、札幌市、北海道小樽市、神奈川県鎌倉市、横浜市、金沢市、北海道富良野市、鹿児島県屋久島町である。これらの顔ぶれは毎年ほぼ不動である。「地域ブランド」が確立している市町村と言えるのであろう。

他地方における傾向

特筆すべきはベスト100に占める北海道の都市の割合である。ベスト10に入った函館市、札幌市、小樽市、富良野市を始め、登別市、旭川市、釧路市、帯広市、千歳市、室蘭市、稚内市、石狩市、根室市、夕張市、苫小牧市、美瑛町、二セコ町と、実に17の自治体がランキングしている。他にランキングしている自治体が多い都道府県としては、東京都が23区のうち9つの区がランキングしており、次いで神奈川県が鎌倉市、横浜市、箱根町、横須賀市、茅ヶ崎市、小田原市、逗子市の7自治体、沖縄県が那覇市、沖縄市、石垣市、宮古島市、与那国町、久米島町の6自治体、兵庫県が神戸市、姫路市、西宮市、宝塚市、芦屋市の5

自治体、岐阜県が高山市、下呂市、飛騨市、白川村、鹿兒島市、鹿兒島市、奄美市、鹿児島市、指宿市、静岡県が熱海市、伊豆市、浜松市、伊東市、長野県が軽井沢町、松本市、長野市、安曇野市のそれぞれ4自治体となっている。以前、仙台市との比較で見た金沢市のある石川県はその金沢市、輪島市、加賀市の3自治体が、前橋市のある群馬県は草津町のみがランキングしていた。

「地域ブランド」の確立している自治体とは

それにしても、である。確かに、ベスト100にランキングしている自治体は名の通ったところが多い。しかし、身びいきかもしれないが、東北の各自治体でこれらランキングしている自治体に勝るとも劣らずに魅力のある自治体はもつと多いように思う。にもかかわらず、東北全体でようやく5自治体、神奈川県や沖縄県一県にも及ばない数の自治体しかランキングしていないという現状は、少なくとももう少し努力をしてもよいのではないだろうか。端的に言

地域ブランド調査2017_魅力度上位100市区町村ランキング

順位	市区町村名		都道府県名	魅力度	
	今年	前年		今年	前年
1	2	京都市	京都府	48.1	45.1
2	1	函館市	北海道	47.7	46.8
3	3	札幌市	北海道	47.0	43.6
4	4	小樽市	北海道	41.3	42.9
5	7	鎌倉市	神奈川県	40.5	38.0
6	5	横浜市	神奈川県	39.7	41.5
7	9	神戸市	兵庫県	38.1	37.0
8	8	金沢市	石川県	37.3	37.1
9	6	富良野市	北海道	36.5	38.9
10	11	屋久島町	鹿児島県	35.5	31.0
11	25	仙台市	宮城県	33.2	24.6
12	11	日光市	栃木県	32.4	31.0
13	30	那覇市	沖縄県	30.9	23.9
14	14	福岡市	福岡県	30.0	29.5
15	15	軽井沢町	長野県	29.9	29.2
16	18	熱海市	静岡県	28.4	28.3
16	21	伊豆市	静岡県	28.4	26.4
18	20	箱根町	神奈川県	28.3	27.0
19	10	別府市	大分県	28.1	33.8
20	23	登別市	北海道	27.8	25.5
21	26	名古屋	愛知県	26.5	24.5
22	24	渋谷区	東京都	26.4	24.9
23	16	長崎市	長崎県	26.3	28.4
24	13	新宿区	東京都	26.1	30.7
24	28	旭川市	北海道	26.1	24.1
26	31	釧路市	北海道	25.7	23.7
27	45	沖縄市	沖縄県	25.5	20.5
28	16	石垣市	沖縄県	24.9	28.4
29	45	奈良市	奈良県	24.6	20.5
30	57	帯広市	北海道	24.1	19.1
31	47	倉敷市	岡山県	23.9	20.3
32	21	伊勢市	三重県	23.6	26.4
33	27	姫路市	兵庫県	23.2	24.2
34	49	広島市	広島県	22.7	20.0
34	53	浦安市	千葉県	22.7	19.6
36	37	港区	東京都	22.5	22.8
37	52	宇治市	京都府	22.0	19.7
38	44	高山市	岐阜県	21.8	20.6
39	29	出雲市	島根県	21.7	24.0
40	41	志摩市	三重県	21.5	21.5
41	33	宮古島市	沖縄県	21.4	23.3
41	34	大阪市	大阪府	21.4	23.2
43	61	熊本市	熊本県	21.1	18.8
44	49	松本市	長野県	21.0	20.0
45	41	草津町	群馬県	20.8	21.5
46	71	奄美市	鹿児島県	20.7	18.1
47	43	品川区	東京都	20.3	21.0
48	67	与那国町	沖縄県	19.9	18.3
49	78	浜松市	静岡県	19.7	17.1
50	35	世田谷区	東京都	19.6	23.1

順位	市区町村名		都道府県名	魅力度	
	今年	前年		今年	前年
50	72	千歳市	北海道	19.6	17.9
52	32	目黒区	東京都	19.5	23.5
53	57	千代田区	東京都	19.4	19.1
53	82	中央区	東京都	19.4	17.0
53	123	松山市	愛媛県	19.4	13.9
56	19	尾道市	広島県	19.3	27.3
56	57	下関市	山口県	19.3	19.1
58	66	鹿児島市	鹿児島県	19.2	18.4
58	74	十和田市	青森県	19.2	17.6
58	126	室蘭市	北海道	19.2	13.6
61	60	輪島市	石川県	19.1	19.0
62	117	盛岡市	岩手県	18.9	14.3
63	51	横須賀市	神奈川県	18.6	19.9
63	65	会津若松市	福島県	18.6	18.5
65	38	指宿市	鹿児島県	18.3	22.4
65	85	加賀市	石川県	18.3	16.8
67	75	茅ヶ崎市	神奈川県	18.2	17.5
67	97	西宮市	兵庫県	18.2	15.5
69	53	萩市	山口県	18.1	19.6
69	62	下呂市	岐阜県	18.1	18.7
71	92	伊東市	静岡県	18.0	16.1
71	97	高千穂町	宮崎県	18.0	15.5
71	103	稚内市	北海道	18.0	15.2
74	91	彦根市	滋賀県	17.7	16.2
75	85	鳥羽市	三重県	17.6	16.8
76	56	美瑛町	北海道	17.5	19.4
77	55	宝塚市	兵庫県	17.4	19.5
77	68	飛騨市	岐阜県	17.4	18.2
77	82	小田原市	神奈川県	17.4	17.0
80	39	逗子市	神奈川県	17.3	22.1
81	40	弘前市	青森県	17.1	21.8
81	78	太宰府市	福岡県	17.1	17.1
81	106	白川村	岐阜県	17.1	14.8
84	73	石狩市	北海道	17.0	17.8
84	120	根室市	北海道	17.0	14.1
86	78	長野市	長野県	16.9	17.1
86	96	文京区	東京都	16.9	15.6
86	101	夕張市	北海道	16.9	15.4
89	36	四万十町	高知県	16.7	22.9
89	78	由布市	大分県	16.7	17.1
91	82	佐世保市	長崎県	16.6	17.0
91	92	安曇野市	長野県	16.6	16.1
93	68	松江市	島根県	16.5	18.2
93	113	苫小牧市	北海道	16.5	14.5
95	88	高知市	高知県	16.3	16.6
96	47	芦屋市	兵庫県	16.1	20.3
97	97	黒部市	富山県	16.0	15.5
98	105	久米島町	沖縄県	15.9	15.0
98	109	四万十市	高知県	15.9	14.6
100	122	二セコ町	北海道	15.8	14.0

えば、よく知られていないのである。名前を聞いても具体的なイメージと結びつかないのだから、東北の各自治体でこれらランキングしている自治体に勝るとも劣らずに魅力のある自治体はもつと多いように思う。にもかかわらず、東北全体でようやく5自治体、神奈川県や沖縄県一県にも及ばない数の自治体しかランキングしていないという現状は、少なくとももう少し努力をしてもよいのではないだろうか。端的に言

からも建物が残る旧城下町である。昨年ランキングしていた喜多方市と平泉町は、ラーメンと蔵の町、世界遺産の町としてそれぞれ知られている。県庁所在地といえる自治体はもつと多いように思う。にもかかわらず、東北全体でようやく5自治体、神奈川県や沖縄県一県にも及ばない数の自治体しかランキングしていないという現状は、少なくとももう少し努力をしてもよいのではないだろうか。端的に言

共通する「魅力」の発信も
東北各地を訪れてみるとよく分かるが、どの自治体にも「らしさ」がある。その「らしさ」が「地域ブランド」につながっていくのだから、意外に地元にいると自分たちのまちのよさや個性が見えなかつたりすることもあるに違いない。

さらには言えば、個々の自治体の「魅力」とは別に、東北の自治体に広く共通する「魅力」もあるように思う。具体的に言えば、自然の豊かさ、食文化の豊かさ、郷土芸能や祭りの多さ、人々とのつながりの強さ、などである。

17自治体がランキングしている北海道の自治体にもそうした北海道全体に共通する「魅力」が色濃く反映されているように見える。東北の各自治体の「魅力」の発信に際しても、個別の「魅力」の探索と発信に加えて、共通する「東北ブランド」の「魅力」についても大いに発信していくべきであろうと思う。

『いま一度、スコットランドと東北の事』

現在からほぼ二十年前の一九九六年、その年二六歳になる私が東京・渋谷のとある映画館に映写技師見習いで入ってしばらくしたある日、その映画『トレインスポッティング』が映写室に運ばれてきた。

当時ミニシアターという映画興行の形が流行で、大手映画館とは一線を画した小さな各々の独立した劇場が、自ら映画を製作者から買い付けて、独自の広告・配給戦略の下で公開するという手法が映画業界を活性化させていた。渋谷のど真ん中にあつたその劇場は特



奥羽越現像氏紹介

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。

に当時の流行を作り出そうとする気風が強く、その年の末に公開された『トレインスポッティング』はセックス・ドラッグ・暴力を全編に渡って散りばめ、高度な映像・音楽センスで彩った、まさに渋谷の劇場を象徴するような作品で、歴史的な大ヒットと、超ロングラン上映を記録した。その記憶は、この劇場でこの映画を観る為だけに地方から上京し、異様なデザイン映画館の前で長蛇の列に並んだという当時の若者たちの心に、今も深く刻まれている、と言われている。

(当時連日の超満員と長蛇の列への対応に疲弊し苦しんだ、従業員としての私という「若者」の心にも刻まれているが・・・) だが、公開から二十年が経過した今、あらためて思い起こさねばならぬ事がある。確かに、『トレインスポッティング』は全盛期の渋谷に集まる若者たちを熱狂させるだけの要素を詰め込んだ映画であった。ただ、

当時はその作品の背景にある最も重要な要素が、ほとんど顧みられる事がなかったのである。それが、これは「かつて作られた事のない、スコットランド映画である」という事実であった。

物語の舞台は、スコットランドの首都・エディンバラ。題名の意味は云わば「鉄道オタク」。エディンバラ郊外の、廃墟となった鉄道の操車場に、麻薬の売人や中毒者が集まっていた時代があり、人は彼らを揶揄してそう呼んでいた、という話である。つまりこれは、麻薬で青春も生活も破綻させた、若者たちのドラマなのだ。

実は今年春、二十年ぶりのその続編『T2 トレインスポッティング』が公開されたのだが、私自身映写技師を辞めて映画業界から遠ざかって久しいだけでなく、ミニシアターの時代自体がとうに過ぎ去り、平凡な劇場公開であつたという間に上映終了してしまつたせいもあつてか見事に観逃した。ネット上の様々な評価や意見を読み、その中でも『スコットランド人は「トレインスポッティング」をどう観たか?』という記事に注目。それによると前作が公開される九六年以前はスコットランドを舞台にした映画というものがほとんどなかったという。正確には、『ブレイブハート』

品があつた訳だが、これらはいずれも中世が舞台の所謂英雄譚であり、しかも反イングランドという趣旨が明確な内容は、当然ながら英国本国では拒絶され、米ハリウッドでしか制作し得なかつた。つまりスコット

ランド人自身が現代のスコットランドを舞台に、その内包する問題をあぶり出し人々の生き様を表現した作品として『トレインスポッティング』は画期的だつた訳である。あまりに先鋭的な映像と音楽は、最も重要なテーマの目くらましとなつてしまつたが、逆にいえば、それだけ実はスコットランド人の芸術センスが際立つたものである事の証明でもあつたのだ。

去る二〇一四年、スコットランドの大英帝国からの独立を目標とする住民投票が実施された事は、世界を沸かせた衝撃的な出来事であつた。結果、独立は果たせなかつたが、その後のスペインにおけるカタラーニヤの独立運動にも影響を与え、更には英国のEU離脱の表明によつて、離脱反対派が多数を占めるスコットランドは再び独立の悲願を果たそうと動き始めている。

ところで、先の住民投票では僅差とはいえ何故スコットランドを独立へ導き得なかつたか、その大きな要因のひとつに、これより十五年も前、完全独立ではないまでも、この国の人々にとつて快挙といえる大きな転機があつた事があげられるだろう。それが、スコットランド出身のトニー・ブレアが英国首相となつた事で一九九九年に実現した、三百年振りのスコットランド独自の議会復活である。

これは外交・軍事・財政など英国全体で統一すべき事項以外の、税率や福祉、狩猟や禁煙のルールなど地域の問題を地域でコントロールできる仕組み―即ち大幅な権限委譲であり、これによつてスコットランド人はかなりの程度「誇り」を取り戻し、満足感を得る事ができるようになつたという。「この上、完全独立までする必要はない、却つてリスクだ」と多くの住民が考えるようになっていた事は想像に難くない。

『トレインスポッティング』はこれより数年前の制作であり、登場人物たちの失望感や現代より深いものとして表現されていたと今にして思う。祖国スコットランドそして隣国イングランドへの恨み節が辛辣に示されるシーンで、主人公が空しく広がるハイランドの平原で苛立ちを込めて叫ぶ。「スコットランドなんてクソくらえ。最低の国民、人間のカスだ。イングランド人は能無しというが、ここはその能無しの領土だ。何の価値も無い国を占領するような、落ちぶれた王国の子分だ!」

映画室から画面下の字幕を眺めながら、この主人公の叫びの意味を考えていた。これは、他人事ではない。主人公は、最低の生活から逃げる為にロンドンへ移り住む。自分もまた、同じだつたのではないかと。もし主人公と同じように

地元で「煽っている」若者だつたとして、私は庄内平野に立つて、叫ぶだろうか。「東北なんてクソくらえ。最低の国民、人間のカスだ。ここはその能無しの領土だ。何の価値も無い国を占領するような、落ちぶれた帝国の子分だ!」

映画を観ても解るとおり、好戦的な事でも知られたケルト民族の末裔でもあるスコットランド人はかなり過激な気質を持っている風であり、どうも東北人―地域で多少性格は変われども―と共通とは思えない。大人しい東北の人間が同じような口調で郷土を、そして隣国を罵倒する場面には滅多にお目にかかれないだろうが、抱く想いには寸分違わないものがあるのではないだろうか(ちなみに、続編ではスコットランドの世情の改善は描かれたのか?内容は相変わらずダメな大人が暴れているだけらしいのだが、いづれ確認したい)。

以前にも書いたのだが、明治時代、弘前出身のジャーナリスト・陸羯南が「東北は日本のスコットランドたるべし」と唱えた。基本的に、単一民族論者である陸のこの論説の主旨としては、決して独立心を持って、という事ではなく、むしろ東北から偉人を輩出し日本の先端へ立たせよ、という意味合いが強かつたと思われるのだが、結局のところ

スコットランドと東北には共通する民族的苦境がありながらも、東北の方には欠けている重要な要素がある。言葉悪く言えば「スコットランドの方がマシ」な状況である、と見なされていた訳である。何がマシだつたのか、といえば、それは過酷な気候や風土ではなく、人々の自意識、「イングランドとは根本的に違う国・民族なのだ」という、最も根源的な立脚点であり、それは強烈な誇りにも、そして逆に致命的な劣等感にもなり得る要素に他ならなかつた。

確かに、明治以来の「劣等感」といえば、まるで東北人とセットのような言葉で、一方の「東北人の誇り」などと口にするれば笑われるような風潮すらあつたように思われる。しかし本当に東北にはスコットランドにあるという、その根源的な立脚点がなかつたのかどうか。原敬、新渡戸稲造、野口英世といった偉人たちの心には、薩長の作るうとする国とは別の道を行こうとした奥羽越各藩の記憶が引き継がれていたはずだが、明治という時代は一転して、東北人に他どの地方の人間よりも「日本人」である事(即ち『賊軍』の汚名を濯ぐ事)を強いたのではなかつたか。それは一時代、英国における重要な発明や芸術の多くがスコットランド人によるものだつた(ベルによる電

話、ダンロップによるゴムタイヤ、ドイルによる探偵小説など)事にも似ている気がするのである。つまり、時代によつてスコットランド人にとつても、東北人にとつても活躍のしかたが変わつてくるのではないか、という事だ。ドイルが『ホームズ』を書いていた時代は、独立の事など考える必要はなかつた、というより考えてもどうにもならなかつたのかも知れない。だが、今やスコットランド全土が、独立について考えざるを得ない状況にまで変化したので。これは、『トレインスポッティング』が公開された頃ま



若者、祖国スコットランドを罵倒するの場面

ではこれからの東北はどうだろうか。明治の岩手人・後藤新平が都市東京の礎を作り、日本の発展に人生を捧げたように、まだ東北人は東京を元気にするために力を貸し、日本の発展に人生を捧げる必要があるだろうか?それともこれから今度こそ東北の土と人のために生きる事が許されていくだろうか?今年まで夢のまた夢であつた事、それが突如そうでなくなる瞬間が、日本のスコットランドであるこの東北に、決して起きないとは限るまい。

独立が、本当にいまスコットランドにとつて最善の

シリーズ 遠野の自然

「遠野の大雪」

遠野 1000 景より

いよいよ師走も半ば。暦では「大雪」。聞いただけでも身が引き締まる。遠野の最低気温は氷点下二桁手前までいくこの季節、水道管にヒーター入れる季節ともいう。

この号が発行されている時分には、筆者も遠野の寒さのなかにいる予定。今から身構えている。

*
今回号の写真は、紅葉の最後の風景を取り上げた。銀杏の黄色一色の風景がきれいだ。石塔と紅葉の風景もいい。山の神も紅葉のなかでさらに神々しい。紅白のお手玉に見えるのは乳神さまである。プロックで囲まれた祠もまたいい。遠野で柿がたわわに実る風景はここ10年のことで、温暖化で実るようになったという話には驚く。ウバユリを食べる虫の写真はグッドショットである。「牛が死ぬまでたたいとも折れない」という物騒なウシコロシの名前にも驚く。



小屋と柿と



乳神様



カマツカ(ウシコロシ)の実



気になる祠



お食事中



山の神



黄葉



黄葉と石塔と

石巻・木の屋水産頑張れ! 「金華さば味噌煮」売行き絶好調 いま、サバ缶ブーム再来

サバ缶ブーム再来

ここ数年の間に何度かのサバ缶ブームが来た。今年秋にもまたブームが来ている。その結果、サバ缶の売れ行きの勢いが止まらないという明るいニュースでにぎわっている。

十月の全国の日経収集店舗の「サバ缶詰」カテゴリの売上げでは、千人当り金額では前年比84.2%増とのこと。十一月にはさらに伸びているようだ。尋常な勢いではない。

サバ缶人気は、いくつかのテレビ番組で「サバ缶ダイエット」が話題になった



「マツコの知らない世界」... (TBS系) で紹介された「金華さば味噌煮」

木の屋水産高級サバ缶がTVで取り上げられる

宮城県石巻市の木の屋石

のがきつかけである。手軽にどこでも購入できて日持がするので買いためることができる。いつでも食卓に取り入れやすい便利さに加え、平均価格も手ごろで安価であることがブームに拍車をかけたようだ。

最近も八月から十月にかけて、いくつかのテレビ番組で取り上げられたのだが、「サバ缶」の売上げを追うと、テレビの影響がきめんに現れているという。

この商品が十二月はじめに放映された「マツコの知らない世界」(TBS系)で紹介された。

水産は、当新聞発刊以来もずっと復興を応援してきたが、この会社の主力商品のひとつに「金華さば味噌煮」がある。サバ缶として高級品であり、通常のサバ缶に比べるとおいしさも群を抜いている。

この商品が十二月はじめに放映された「マツコの知らない世界」(TBS系)で紹介された。

その途端、最近のさば缶ブーム効果もあって、放映後の売れ行きがすごいことになっているようだ。

あまりの反響で、オンライン販売用のサーバーがダウンするほどのアクセスが

あり、また商品出荷作業も大変だったが何とか復旧したようだ。

ブームというのはすごいパワーを持つことを、関係者は実感されたことと思う。ぜひこの勢いで会社の大復興を遂げて欲しいと願うし、一過性のブームに終わらず、この高級サバ缶の固定ファンが増えて、未永いブームになってほしいと願うばかりである。

と同時に、サンマ不漁等の暗いニュースばかりで落ち込んでいる三陸の水産業者に明るい展望を与えて欲しいと願うばかりである。

サバ缶だけじゃない 鯨缶もあり

もちろん、この会社の主力商品はサバ缶だけではない。おすすめはたくさんあるが、なかでも鯨缶がおすすめだ。

大震災当時、この会社のシンボル広告塔であった巨大な鯨缶詰めが津波で流された姿が何度も取り上げられたので、覚えておられる方も多いと思われる。特に筆者の年代だと、鯨肉は幼少時になじみが深く、特別な懐かしさを抱く。

また鯨については缶詰だけでなく刺身もベーコンもある。筆者は大好物である。今月の二十三日には、美里工場「木の屋祭り」として、鯨肉などの特価販売もあるようだ。

【木の屋祭り】告知!

12月23日(土・祝)に弊社美里町工場直売所にて「木の屋祭り」が開催されます。

【アクセス情報】

〒989-4206

宮城県遠田郡美里町二郷字南八丁2-2

TEL: 0229-29-9429

ミンク鯨赤肉1級をはじめ、鯨ベーコンや、鯨竜田揚げも大特価。「マツコの知らない世界」で紹介された「金華さば味噌煮」も、もちろん販売いたします!

そして、12月11日(月)より

・ミンク鯨赤肉1級400g 1,000円

・鯨ベーコン切り落とし200g 1,000円

・ミンク鯨トイブロック100g 500円

の3品は特価販売開始しますので、

是非、美里町工場直売所までお立ち寄りください!



鯨大和煮



鯨ベーコン



樽一新宿入り口



鯨刺身盛り合わせ

鯨・ほや・かきの三陸海鮮料理と浦霞の店 樽一(たるいち)新宿店 宮城関係者の御用達店

宮城県関係者御用達の樽一(たるいち)

新宿三丁目にある『樽一』は、宮城県関係者ならたいていは知っている有名な海鮮居酒屋である。

先代社長も宮城県関係者であり、三陸海鮮なら何でも食べられるし、宮城の日本酒も揃っている。

筆者もちよくちよくおじやますが、今回は、新宿の花園神社の伝統行事「大酉祭」の『三の酉』の十一月末日におじゃました。

酒 浦霞と宮寒梅堪能

メニューには飲みたいたいお酒がずらりと並んでいる。全部飲みたいたいところだが、今回は2種のみとした。

最初のお酒は『宮寒梅』をいただいた。これは宮城県大崎市の酒で、都内ではあまりお目にかかれないの

で、最初に堪能した。

次は、定番の美味しくて飲みやすい『浦霞樽一限定金ラベル』をいただいた。

前回、高校同級生数人でおじゃました際に数本も飲んでしまったほど飲みやすい。この日もあつというまに四合瓶が空になった。

鯨刺身と三陸海鮮

海鮮メニューもお酒と同様に、食べたいものばかりが目移りして困る。

この店の海鮮は三陸産のものだが、なかでも「鯨」はなかなか他所ではお目にかかれない。

そんなことでまずは『鯨刺身の盛り合わせ』。

追加で、絶品の『イカわたの醤油漬け』、『煮凝り』でお酒がどんどん進む。酒飲みにはたまらない肴である。最後に、鯨のステーキを



浦霞金ラベル



イカわた醤油漬け



絶品一煮凝り

何度も行きたい店である。この店には三つのこだわりがあるという。以下は、お店のこだわりをWEBからそのまま引用させていただいた。

樽一のこだわり 鯨編

元々、我々日本人は、4000年も昔から鯨と共に過ごしてきました。そもそも鯨は最も身近で安心、安全な食材の代表でした。

食の安全性が叫ばれている今こそ、雄大な自然界で育ったこの高タンパク、低カロリーである食材が見直されているのです。

「樽一」は失われつつある貴重な日本の食文化を、これからの世代に引き継ぎ「日本人の誇り」をもつ

樽一のこだわり 三陸編

今から40年前、今ほどまだ東京に居酒屋がなかった頃、初代店主は東京のサラリーマンに故郷の「三陸の味」を伝え、仕事帰りに安心してくつろいで頂くために「樽一」を作りました。

当時は、輸送システムも確立しておらず、店主自らトラックに「三陸の海の幸」や宮城の銘酒「浦霞」を積み、運び続けました。

東京初上陸の「ホヤ」や「浦霞」、「自家製笹かま」にはそんな先代の思いが込められているのです。

樽一のこだわり 日本酒編

「樽一」は、日本の食文

化を守っていく事に全力を注いでいます。中でも世界最高水準と言われている日本酒にこだわり続けています。

「樽一」のメイン料理であるお刺身、鯨料理、生かき、ほやなどの「海の幸」を更に引き立ててくれるお酒はやはり日本酒、特に宮城の銘酒「浦霞」はこの「樽一」から広まりました。

「樽一」の樽はお酒の「樽」、「一」は一人一人、一品一品を大切に作る「一」でもありこの業界で「一番」になる「一」でもあるのです。

全国の蔵元さん一滴一滴にかける情熱、こだわり、伝統を受け継いでいく真摯な気持ちこそ少しでも皆様に伝えられるよう努力して参ります。