

蕎麦と地球

= 江戸ソバリエ 19 年目の年越蕎麦 =

ほしひかる (江戸ソバリエ協会 理事長)

☆蕎麦食慣習

「暮らしのなかの和食」という言葉がある。

「もっと和食中心の生活を」という意味であり、和食継承運動の鍵である。

もちろん、われわれの蕎麦も和食である。だから昔は生活のなかに必ずといってよいほど蕎麦があった。それは「雨や日光が、人間の生活のなかへ、降り込み照らし込む」ようにしぜんだった(和辻哲郎)。

たとえば、神仏(小石川の蕎麦稲荷、浅草のちに練馬の蕎麦喰地蔵、千住の蕎麦閻魔など)への個人の願掛けや、地域や業界の感謝祭には蕎麦などを奉納し、後で直会として頂いていた。また四季の祭や行事でも蕎麦や季節の食材を使った料理を食べることが多かった。しかし今ではそうした食に願いを掛ける姿はほとんど見られなくなった。その原因は人が神仏に願ったときにグッズという季節性のない物を金銭で購入するという形をとるようになったためであろう。さらには国の政策によって旧暦から新暦へ移行した結果、季節の行事の開催日に混乱が生じたり、それによって季節感がずれたり、あるいは「祭日」が「休日」とされるようになったため行事としての意味が伝わらなくなったことも大きいだろう。

こうして消えてしまった伝統行事のなかで、蕎麦好きの目から見て惜しまれるのが《雛蕎麦》である。

雛蕎麦とは、雛人形を仕舞う 3 月 4 日に供えられる「変わり蕎麦」である。初めは江戸の大商人が江戸の蕎麦職人に菱餅にならって色物の蕎麦切を頼んだところから始まる。こうして白・青(緑色のこと)とか、青・白・青とか、白(更科蕎麦)・青(茶蕎麦)・紅(海老切)とかの色物の蕎麦切が工夫され、これが後の江戸名物の《変わり蕎麦》へ発展していった。

他に、ちょっと珍しいのは《そば犬》である。越後魚沼あたりでは庚申講のために蕎麦を打ったとき、余った蕎麦粉で犬を作ったそう。そして食べたいときにそれを焼いて食べるのだという。

これを聞いたとき、蕎麦通で知られる歌手の高遠彩子さんのことを思い出した。彼女は「私は蕎麦を食べるときに犬になる」とおっしゃっている。犬の嗅覚のように蕎麦の匂いに敏感だという意味である。もしかしたら地元の人が犬を作成したのも、そんなことからだろうかと思ったりしたが、それ以上に昔の蕎麦打ちにはモッタイナイ志向が並行していたことに気付かされる。

☆伝統の年越蕎麦

こうした蕎麦食習慣が時代とともに細くなりつつあるなか、今も力強く続いているのが【年越蕎麦】である。

年越蕎麦の由来というのは諸説あって定かではない。その一つに「承天禅寺発祥説」がある。承天寺は鎌倉時代の円爾(聖一国師)が留学していた南宋から帰国して博多に創建した禅寺である。円爾は帰国の際に石臼(挽臼)や現在の静岡茶を日本に持ち込んだため、わが国の製粉業や静岡茶の祖として知られている。

その円爾帰国後に、飢饉のひどい年があった。当時の人々は大自然には逆らえず、豊作も飢饉も神まかせであった。打ちひしがれてなす術もない民たちが年も越せないのを見た禅寺の僧たちは、蕎麦の実を製粉して今でいう《蕎麦搔》を振舞ったという。そのとき民たちは食の有難さをひしと感じ、食への感謝が生じたのかもしれない。また、この承天寺伝承は、石臼渡来の歴史と符号しているところから発祥説として一番有力だとされているが、古い話だけにこれ以上は確かめようがない。

そこで、せめて前時代の年越蕎麦はどうだったのだろうか？ そう思って調べてみることにした。

それには、伝統的食習慣が網羅されている農山漁村文化協会刊の『日本の食生活全集』が最適であった。さっそくに全47冊(一道一都二府四十三県)に目を通した。全集の刊行は巻によって違うが、ほぼ昭和60年ぐらいである。おそらく聞き取り調査には5年以上を費やしたはずである。そして地域の記憶というのは50年100年昔から続く慣習とみてよいだろう。こうしたなかで見た伝統的年越蕎麦は、次のようなことがいえる。

①伝統的に年越蕎麦の習慣があるのは西高東低であった。

これは忠後大陸より伝来した蕎麦が、西日本から東日本へと広がっていったという歴史の証であろう。

②今でいう首都圏の人々の年越蕎麦は、勤務先または自宅の煤払いを済ませた後、蕎麦屋から出前を取るか、蕎麦屋に行ってみんなで年越蕎麦を食べて、その足で初詣に出かけることが多かった。ただし現在のような初詣は明治中期からであって、それまでは氏神様や恵方詣りをしたり、あらためて初縁日へ行ったりしていた。

このような「蕎麦屋の蕎麦が年越蕎麦」という形は蕎麦屋という外食屋が江戸で生まれ、江戸・東京では店舗数が多かったからである。それゆえに江戸・東京の「蕎麦屋文化」が生まれたのである。

③一方、地方の年越蕎麦は畠で育てた蕎麦を自ら打って、自宅で家族と一緒に食べるという形が主流であった。

これは地方には田畑はあるが、蕎麦屋が少なかったせいによるものだろう。またこれが今も遺る「郷土食慣習」の形である。

④江戸・東京で蕎麦屋文化が発展したのは、江戸初・中期の江戸の蕎麦職人によって「つなぎ」の技術が自ら工夫されたためか、あるいはその技術が伝わってきたためである。これによって、切れやすい蕎麦が切れずに長くなって「縁起物」として人々に迎えられるようになったのである。

以上のことから、【年越蕎麦】というのは江戸も地方も、家族か、職場の人たちみんなと一緒に頂くところに意味がある。つまり食べ物の味覚というのは人

それぞれである。したがって“共食”という形をとれば、あの日あの時のあの味が共有できて心をひとつにすることができる。さらにいえば、これが古くから直会の慣習を継続してきた和食の普遍的精神性といえるのかもしれない。

☆昨日今日の年越蕎麦

では、時代とともに蕎麦食習慣が細くなりつつあるなか、なぜ【年越蕎麦】は続いているのか？ それは国民の大部分を占める会社員の、年越蕎麦の様子を見れば理解できる。つまり伝統行事(年越蕎麦)と現代の会社員の行動(仕事納め)が重なっているためである。言い換えれば、生活のなかに伝統行事が組み込まれているから続くのである。以前、新聞に「仕事納めに年越蕎麦を食べる会社」の記事が載っていたが、その数字がかなり多かったことを覚えている。

では、会社を卒業したらどうなるか。その類の人にはもう仕事納めはない。そう思ったとき、江戸ソバリエの岩井さんが「ご近所蕎麦屋めぐり」をやっていることを知った。

先述の『日本の食生活全集』からは年越蕎麦の“共食性”つまり“みんなで食べる”ということが引き出された。そしてその“みんな”の土台には、当然「地元」(住まい、職場)の縁がある。だから近くの神社への初詣があるわけである。要するに、地縁のあるみんなで共食する。これが年越蕎麦の意義である。だとしたら、現代において、伝統行事の年越蕎麦を継続させるために、1)会社員は勤務地近辺の蕎麦屋で、2)そうでない人やご家族は住まい地のご近所蕎麦屋さんという形を柱にすればよいではないかということに思い至った。

そこでご近所蕎麦屋めぐり方針の先陣として、岩井さんに江戸ソバリエ・レポートを書いていただくよう依頼したり、自分自身もネットで「ご近所蕎麦屋めぐり」を報告するようになった。

さて、そうこうしているうちに今年も12月がやってきた。

さっそくながら12月中旬以降から年末にかけて先のおりのご近所の蕎麦屋さん(a)と、それに加えて今年もお世話になった蕎麦屋さん(b)を訪ね歩いた。

(a)大塚「小倉庵」、大塚「岩舟」、北池袋「長寿庵」、巣鴨「菊谷」。

(b)戸田「紡ぎ」、麻布十番「更科堀井」、銀座「小松庵」、両国「ほそ川」、その他に深大寺「門前」や東十条「一東庵」など多くの店へも行きかけたが日程が合わなかったので新年会で何うことにした。

いずれのお店も長いお付き合いである。なかには20年以上になる方もおられる。ある店では代替わりされた人もいる。ある店主の奥様は「主人は江戸ソバリエになってから積極的になった」とおっしゃってくれた。ある方は開業されてから短期間のうちに見違えるほど腕を上げられた。また小生が江戸ソバリエ事業に携わっているせいか、蕎麦界の同志のような間柄の方もいらっしゃる。

このように、私の12月の蕎麦屋めぐりは、年越蕎麦の意義から少々外れるのかもしれない。だが年越蕎麦という区切りの12月に訪ねると、時節柄つくづく“歲月”というものを感じた。これも別の意味の年越蕎麦であると思う。

☆明日の年越蕎麦

歳月……。振り返れば、島村那津の『スローフードな人生！』に刺激され、江戸ソバリエ認定事業を立ち上げたのは2003年のことだった。即、『週刊朝日』がわれわれに反応し、2003年12月3日号でスローフードの記事とともに新スペシャリスト「江戸ソバリエ」の加藤洋子さんを紹介してくれた。

あれから江戸ソバリエとしての歳月は20年目を迎えようとしているが、この間、とくに10年前ごろから蕎麦界はかなり変わってきた。

その背景には、こういう時代変化があるだろう。

2010年に日本のGDPは中国に越されて世界3位になった。そして翌年2011年には東日本が巨大な地震と津波に襲われた。その後、構造化を招いていた日本の資本主義は世界市場に遅れをとり、世界の秩序も大きく変化していった。

その一方、日本人の生活基調は今までと反転するぐらい変わってきたが、実は食の業界では、その前の2003年ごろから「スローフード」あるいは「地産地消」志向から食材の産地意識が主流となっていた。

その影響からだろう、蕎麦屋も10年ほど前から産地別の蕎麦を前面に出すようになってきた。それまでは産地などを尋ねようものなら嫌な顔をされたり怒られたものだった。それが今では北海道各地の数々の蕎麦、茨城の「常陸秋そば」などのブランド蕎麦、あるいは福井の在来種などの産地名や品種名の表示が一般的となり、とくに若手の蕎麦店では具体的な品種名を明示した《二種盛》《三種盛》や《唎き蕎麦》が卓に並ぶようになった。これは明らかに地産地消の流れによるものだった。

ブランドといえば、国内における食材のブランド化は、稲(米)の「コシヒカリ」が最初だろう。その登場は半世紀も前らしいが、「ブランド米」として人気になったのは1970年代からだろう。高度成長期を経て人々は「美味しさ」を求めようになり、米、野菜、果物などの美味しい食材が品種別で販売されるようになった。つまり消費者はじゃが芋を買うのではなく《男爵》《メークイン》《インカのめざめ》などというブランドを、苺ではなく《あまおう》《紅ほっぺ》《とちおとめ》を買うようになった。

しかし、ここに新たな問題が出てきた。たとえば稲(米)でいえば、現在栽培されている稲(米)のうちのベスト20が生産全体の8割を占め、この20種のうちの19種がコシヒカリ系という実状になってしまった。高度成長期以前には、その地域に適した品種が数多く栽培され、全国で約1000種の水稲粳種在来稲が栽培されていたというが、現代の稲(米)はまさにコシヒカリ一強時代となった。そのために在来種が有する貴重な遺伝子が絶えるのではと心配である。

一方、世界はどうか？

2015年、国連は健全な地球のために、生物多様性、気候変動、不平等問題に立ち向かわなければならないとして「SDGsの17計画」を掲げたことは周知のとおりである。

おそらく、新年になると日本は「これからは環境対策を・・・」という挨拶がまたぞろ連発されるであろうが、日本の悪い点は二つある。

一つは、言葉は大事であるけれど、政治家を代表とした今の指導者たちは言葉だけで終わっていることである。「国民に寄り添って」「丁寧に説明」「説明責任」なる言葉が横行する。しかし寄り添ってくれる必要は全くない、丁寧な説明と称する言い訳の繰り返しも聞きたくない。国民のための政策を打ち出し、実行してくれればそれでよい。

ただこの「政策」というのが二つ目の問題である。関口涼子著『ベイルート 961 時間(とそれに伴う 321 皿の料理)』によれば、『ル・モンド』紙の論説に「日本は福祉国家ではなく、福祉民族だ」と書かれたことがあるという。意味は、日本の国家は自らの責任を放棄している。それでもどうにか日本国が機能しているのは、国民が助け合い、何とかやりくりして解決策を見つけているからだ、という皮肉である。どうやら日本の政治家の水準は世界からも見透かされているようである。

コロナ対策にしてもまったく同じだった。「三密」と称して国民にだけ生活の変容を求めたり、またコロナ禍の初期段階で早々と宣言した「ウィズ・コロナ」は、実は無策の裏返しだった。その一方では、早急に医療資源を増やさなければならないというのに、これまでの削減策は放置されたままの三年間だった。まさに「対コロナ禍国家」ではなく「対コロナ禍民族」であったし、これからも同じだろう。

さて、「時は三途の川の水」という。月日が流れるのは大げさにいえば宇宙の運命である。逃れようがない。したがって変化も「〇年単位」で必ず起きている。しかも今度は地球規模である。このような地球規模の問題は個人の力に限界がある。それでいて国に期待できないというなら、残るは業界などの団体である。

関係する業界や市民や半公共団体などが協力し合って真正面から向き合わなければならない時がきた。

その糸口は、自分たちが拠って立つ地盤をよく観れば見つかる。

たとえば私たちの地盤は素人も玄人も含めて蕎麦界である。

その足元を見れば現在の蕎麦屋さんは先述のように《二種盛》《三種盛》《喇き蕎麦》を供している。これは産地を重要視しているが、先のブランド米の場合とちょっと意味合が異なっている。

稲(米)では《コシヒカリ》を選択し、効率だけを求めて他方を切り捨てていた。美味しさの基準を一つにして多様性を認めなかったわけである。

しかし蕎麦好きの方ならご存知だろう。《二種盛》《三種盛》《喇き蕎麦》は数種の蕎麦が卓上にある。それらは触感のよい西日本系の蕎麦、風味のよい東日本系の蕎麦と、多様である。

そこでこれからは、暖簾を分けて蕎麦屋の卓に座ったとき、これを単にお品書きとは思わずに、多品種の盛りは希少在来種の使用につながり、中小零細農家の応援になると考えていただきたい。換言すれば、料理(蕎麦屋)によって農

家を育成し、農業を魅力的にすることで日本を救うこととなり、ひいてはそれがSDGs計画の遺伝的多様性を維持することに寄与するものになるであろう。

こうして、SDGsという目標が業界団体で明確になれば皆は動きやすくなる。

蕎麦屋にはそれぞれ歩むべき途がある。

「私は蕎麦屋、あくまで蕎麦麺で勝負したい」。「私は、もっと蕎麦(蕎麦粉、蕎麦麺、蕎麦湯など)の可能性を広げたい」。「蕎麦は和食。和食料理を楽しんでもらって、締めに美味しい蕎麦切を食べてもらいたい」。「うちは、夫婦、恋人どうしが来てくれる店にしたい」。「私は町の蕎麦屋を続けたい」と。

このように各店の行く道筋が明らかであれば、そのうえに地球のためになる業界目標を重ねればよい。

業界団体目標×個人店の路

昔から、蕎麦は救荒作物としての地位を約束されている。たとえ雨が降っても日が照ればすぐ立ち上がる強い蕎麦、地球の危機も突破できるだろう。



(写真提供 一財:ワンアース)

《後記》

今日は江戸ソババリエ 19年目(2022年)の大晦日。伝統の年越蕎麦の日を機に〃歳月の変化、を呟いてみた。

まもなく護国寺の、除夜の鐘の音がわが家にも届くだろう。

明ければ2023年。元旦にはお屠蘇を頂こうか。お屠蘇は、邪気を屠り、新しい生気を蘇らせるというらしい。



(挿絵 ほしひかる)

《参考》

- *ほしひかる著『新・みんなの蕎麦文化入門 ～ お江戸育ちの日本蕎麦』（アグネ承風社）
- *農山漁村文化協会刊『日本の食生活全集』全47巻（農文協）
- *ほしひかる筆「年越蕎麦の風習を考える」
http://www.edosobalier-kyokai.jp/pdf/2018toshikoshi_hoshi.pdf
- *『週刊朝日』2003年12月3日号
- *ほしひかる筆「次なるパンデミックに備えた医療体制を ～ 新型コロナ禍で見えてきた現在の日本」（塚本企業法実務研究会『BAAB』誌No.64）
- *関口涼子著『バイルート 961時間（とそれに伴う 321皿の料理）』（講談社）
- *ほしひかる筆「そば文学紀行④」（『蕎麦春秋』vol.62）

以上