

調査報告

食卓の縁起に関する研究 I

— 恵方巻の受容とその背景 —

荒井 三津子・清水 千晶

Studies of good omen of Japanese Food and Customs I

— The origin, Trend and Meaning of Special Rice Rolls Called Ehoumaki on the Setsubun Day. —

ARAI Mitsuko and SHIMIZU Chiaki

1. 緒言

年中行事や冠婚葬祭の食卓は、単調になりがちな食生活に刺激を与える。食に関する縁起かつきや、ことわざ、言い伝えは、ハレの食卓ばかりでなく、日常にも生かされている。松本(2005)は年中行事が生活文化の根幹をなすものであることに着目して、特に今日まで伝承されてきた行事食について調査し、現代の家庭における非日常食について考察している¹⁾。塩谷(2005)は正月料理の継承について詳細な調査を行い、多様化、個別化しつつも、正月は家族の絆を確認し、食文化を継承する貴重な共食の機会であることを指摘した²⁾。非日常的なハレの食の多くは無病息災、豊作祈願、子孫繁栄、家内安全、大願成就などを期待して供されるので、縁起がよいと言われる料理や素材が用いられることが多い。中矢等(1994)は、食い

合わせに関する調査を通して、長く言い伝えられてきた事柄は、科学的な裏づけの有無に関わらず、われわれの食生活に大切な役割を果たすことを報告した³⁾。笠原・伊藤(2006)も、食べ物の言い伝えに関する調査を行い、現在残っている民間療法や古い食習慣等は健康を阻害しない限り伝承されるべきだと述べている⁴⁾。女性の社会進出が進み、家族の生活パターンも多様化した近年、年中行事や縁起かつき、言い伝え、食習慣等は、人々にどのように受け入れられているのだろうか。本研究は、近年、家族の新しい年中行事として注目される節分の恵方巻きをとりあげる。恵方巻きの起源については諸説あり、学問としてすでに岩崎(2003)が詳しく論じている⁵⁾。だが中食の画期的な行事食として、恵方巻きは年々形を変えて提案されており、その商戦と受容の変化は注目に値する。本研究は節分の巻き寿司に関する先行研究と民

間の研究所や調査機関等の報告書を整理し、今回調査した結果を比較検討して、恵方巻きという食文化の現代における誕生と流行の背景、意味するものを、販売商戦と合わせて広く学際的に考察する。

2. 研究の方法

- ① 本学の学生117名に食に関する言い伝えとことわざを知る限り記載させ、現代の学生の知識を確認した。
- ② 本学の学生と札幌市内の料理教室に在籍している女性38名に縁起と恵方巻きに関するアンケート調査を実施し、さまざまな年代がどのように食に関する縁起をとらえているか、恵方巻きについての関心と知識も合わせて調査した(資料1)。
- ③ サントリー不易流行研究所、アサヒビール研究所、(株)ミツカン酢の調査結果、および先行研究と、恵方巻きについて大手コンビニエンスストア(セブンイレブン、ローソン、ファミリーマート、am/pm、サークルKサンクス他)に直接問い合わせた結果と先行研究を合わせて、恵方巻きの販売の年次変化と実態の全体像を確認した。

3. 結果

3-1. 行事としての節分の実施率

(1) サントリー不易流行研究所の調査結果

節分の実施率は、1991年10月から1992年9月までの調査結果では61.5%(234世帯中)だったが、2001年1月から2002年2月までの調査結果は74.7%(166世帯)であった。地域別では東京81%、新潟72%、大阪69%、広島80%であった。他の伝統行事と比べてもきわめて実施率は高い。世代別の調査結果から、子供のための行事でないこともわかった。ちなみに

1991年から1992年の調査の第1位の行事は正月92.7%、第2位がクリスマス79.8%、第3位が節分であった。2001年から2002年までの第1位は正月99.4%、2位クリスマス83.7%、3位お盆80.7%で、節分はそれに次ぐ第4位の実施率だった⁶⁾。

(2) アサヒビールお客様生活文化研究所の調査結果

アサヒビールお客様生活文化研究所(2005)は、2005年1月26日～2月1日に全国の20歳以上の男女1660人にアンケート調査を実施した。「あなたは節分に何をしますか?」という問いに対しては72.2%が「家で豆まきをする」と答えている⁷⁾。

(3) 関東の大学に通う女子学生の調査結果

松本(2006)は関東の大学に通う女子学生を対象に年中行事と食べ物に関する調査を行った⁸⁾。その結果、67.6%が節分を実施すると答えた。これは正月90.1%、バレンタインデー88.4%、誕生日85.5%、年越しそば84.5%、クリスマス83.9%、彼岸68.2%に次ぐ第7位である。

(4) 本学の学生と札幌市内での調査結果

本学の学生117名に対して行ったアンケート調査(資料1)の結果、「節分に豆まきをする」と答えたのは37.6%、「できればする」が39.3%で、合計76.9%が節分の行事として豆まきを行っていることがわかった。また札幌市内の料理学校に通う女性36名に対して同じアンケート調査を行ったところ、94%が豆まきをする と回答した。

3-2. 恵方巻きの認知度と実施率

(1) サントリー不易流行研究所の調査結果

2001年から2002年の調査結果では、節分に巻きずしを食べた実数は76件中31件だった。内訳は東京2件(16件中)、新潟3件(23件中)、大阪17件(21件中)、広島9件(16件中)である。

ただしこの結果は「恵方を向いて無言でまるかぶりする」というだけでなく、夕食として巻きずしを食べたという調査結果である。

(2) アサヒビールお客様生活文化研究所の調査結果

2005年の調査では、34.9%が「今年の方角を向いて太巻きを丸かぶりする」と答えている。そのうち近畿地方では72.7%が恵方巻きを食べると回答した。また、37.1%が食べたことはないが太巻きを食べる習慣があることは知っていると答えた。

(3) ミツカン酢の調査結果

株式会社ミツカングループ(2006)は2006年2月4日から同年2月8日の期間、20歳から59歳までの全国各地に在住する2600人を対象に、恵方巻きの認知度と喫食率に関するWEBアンケート調査を行い、2004年と2005年の調査結果と比較して報告している。その結果、認知率は2004年が77.0%、2005年が88.5%、2006年は92.5%だった。男女別の認知度の経年変化を見ると、男性の認知度は、2004年が69%、2005年が81.7%、2006年が88.4%で、女性は2004年が85.2%、2005年が95.2%、2006年が96.5%だった。2006年に行った喫食率の調査では、食べた人とかつて食べたことのある人の合計が54.9%だった。エリア別の調査結果から、近畿地方の喫食率が75.9%と顕著に高かった。食べた場所は自宅が94.8%で、夕食が69.3%だった⁹⁾。

(4) 関西の女子学生の調査結果

細川(1980)が行事食の実施について堺女子短期大学の学生を対象に調査を行ったところ、296名中、168名が節分に巻きずしを食べたという結果がであった¹⁰⁾。

(5) 関東の大学に通う女子大生の調査結果

松本(2006)によると、節分を行うと答えた328名中、巻きずしを食べると回答したのは42.4%であった⁸⁾。

(6) 本学学生と札幌市内での調査結果

本学学生の恵方巻きの認知度は79.5%で、札幌市内の料理学校に通う女性では90%だった。

3-3. 1980年以前の巻きずしの喫食情況

恵方巻きの起源については、豊臣秀吉の家臣が「海苔巻きのようなもの」を食べて勝利を取めたから・・・という説をはじめ諸説あるが、海苔の生産開始以前であるはずはなく、根拠の乏しいものが多い。起源をはじめ、風俗としての恵方巻きについては岩崎(2003)が詳しい。岩崎によればその起源は①幕末から明治にかけて大阪船場の商人の商売繁盛、無病息災、家内安全祈願、②船場で女性が階段の中段で太巻きを丸かじりして願いごとをしたのが由来、③江戸時代、節分の時期に美味しい香の物を巻いた海苔巻きを切らずに恵方を向いて食べて縁起がかついだこと、④船場の旦那衆のあそびの4つが主なものだという。本研究はその起源の信憑性を確認したり、新たに調査することを目的とするのではなく、昨今の恵方巻きの著しい普及に着目して、その「現在の恵方巻き」の「直接的な起源」を探るべく、インターネットや先行研究に当たった。

細川(1980)は自らの幼少時代(大正末期から昭和のはじめごろ)を振り返り、「私の子供の頃は塩鰯の焼いたものと、麦御飯にとろろ汁といったものを食べた事を覚えている。(論文執筆の1980年)我孫子の観音さんに参拝すると巻きずしの丸かじりを声を大にして売っているが、節分に巻きずしを長いまま恵方に向けて食べるのは関西での風習となっているが、その由来は知らない。」と述べている。

松本は昭和37年から39年に渡って全国規模で調査を行った「日本民俗地図Ⅱ 年中行事1」¹¹⁾と、大正末から昭和初期の食事の担当者であった人の聞き取り調査をまとめた「日本の食生活全集」¹²⁾をもとに、節分の食事を調べ、

巻きずしに関連した記述を探した。その結果、静岡県、愛媛県、徳島県に節分にすしを食べるといふ記載を見つけたが、今日の恵方巻きと同様の巻きずしの記載は見出していない。ただし、京都の上賀茂地区で、「節分に恵方に向けて、年の数の豆を一度に口に入れて食べる」といふ記載があった報告している。松本は上記2冊の文献調査の結果、1970年ころまでは節分の行事食として恵方巻きが家庭に受け入れられていたといふ事実は認められないとしている。聞き取り取材で昔の食習慣を集めた「聞き書 大阪

の食事」(農村漁村文化協会)¹³⁾にも船場の項には巻き寿司の記載はない。

インターネットで恵方巻きについて検索した情報も含め、1980年以前の報告を合わせて整理すると、表1のようになる。

鮮商会や海苔問屋のチラシが配られたのは事実であっても、一般の家庭に受け入れられていたとはいえない。1980年、関西の女子学生の168人(296人)が食べているが、それは恵方巻きという名称のものではなく、節分のご馳走として食べていたと思われる¹⁰⁾。

表1 1980年以前の恵方巻きの情報

1932年(昭和7年)	大阪鮮商組合のチラシ「節分の日に丸かぶり～恵方に向けて無言で…」 大阪市中央区の心斎橋「本福寿司」、大阪歴史博物館にチラシ保管
1940年(昭和15年)	大阪鮮商組合後援会発行のチラシには1本20銭とある(大阪歴史博物館学芸員 伊藤廣之氏)
1949年(昭和24年)	土用の丑の日の鰻に対抗する販売促進として、戦前の風習を復活(伊藤氏)
1955年(昭和30年)頃	タコ昌の社長が考案した。本人の発言。講談社発行の情報誌「KANSAI週間」126号 (2004年1月20日号)の「関西うまい店トリビアの泉」特集p. 109
1973年(昭和48年)頃	大阪海苔問屋協同組合チラシ「恵方に向って無言で家族そろって巻き寿司を丸かぶり・・・」 というチラシを寿司屋に海苔を納める時に配った。デパートも「2月3日幸運恵方巻き寿司売り出し」 と宣伝販売されたらしい。
1976年(昭和51年)	大阪海苔昭和会、節分のチャリティーセール(伊藤氏)
1977年(昭和52年)	海苔業界による街頭イベント「海苔祭り」大阪道頓堀で開催。節分の丸かぶりを取り入れた「巻き寿司早食い競争」が開催されてマスコミでとりあげられる(朝日新聞1994年2月1日に1977年の海苔キャンペーンの件が掲載)。

3-5. 1980年以降の恵方巻きーコンビニエンスストアの動き

恵方巻きの認知度を広めるにあたって、大きな役割を果たしたのはコンビニエンスストアだといわれる。図1はセブンイレブン、図2はサークルKサンクスの、恵方巻きの販売状況の年次変化をまとめたものである。

セブンイレブンは1989年、広島で販売を開始してから次第に販売域を広げ、1998年から全国で展開されるようになった。セブンイレブンのニュースリリース、平成17年1月7日に

よれば2004年は250万本売り上げ、その後2007年まで319万本、367万本、396万本と確実に売り上げを伸ばしている。セブンイレブンの太巻きは「丸かぶり寿司(恵方巻)」という名称だが、2005年にはお客の要望で長さ半分のハーフサイズが販売され、2006年には三本セットと節分そば、2007年には太巻きの具を6種類から8種類に増やした「丸かぶり寿司(上恵方巻)」と「丸かぶりロールケーキ」が登場した。同社のニュースリリース、2007年1月16日には、「節分商品にデザートが初登場!」とある。ロール

ケーキは丸かぶり寿司と同じサイズで、ココアスポンジを海苔、クリームを白飯、イチゴ、バナナ、キウイのフルーツ3種を具材と見立てている。この年、セブンイレブンは一部地域で新製品として七草がゆを発売した。2008年にはさらに、「美味しいものを少量食べたい人のために」と銘打って、「節分手巻き寿司」、前年度まで1種類だったそばを、「節分二八なまそば」と「節分そば」の2種類にした。また七草がゆも全国（北海道と東北地方の一部を除く）で販売した。

ローソンでは1998年以前は近畿以西で販売していたが、1999年から全国で販売を開始し、2004年は110万本、2005年は180万本、2006年は220万本であった。2008年は「丸かぶり寿司」、「海鮮丸かぶり寿司（ハーフ）」、「ふっくら煮穴子の上海鮮丸かぶり寿司（ハーフ）」に加えて、セブンイレブン同様、そばを「節分冷やしそば御膳」と「そば御膳」の2種類に増やし、バナナとイチゴ入りの節分ロールも販売される。サークルKサンクス（図2）は、2005年から全国販売を行っているが、当初から七福神

にちなんで具材を7種類にした丸かぶり恵方寿司、ハーフサイズ、幸せと本数の4をかけた「丸かぶり寿司しあわせ4本セット」、「節分そば」の4種類を販売している。翌年、4本セットの代わりに海鮮恵方寿司が登場し、2008年は「丸かぶり恵方寿司」、ハーフサイズの「丸かぶり寿司」、「海鮮恵方寿司」に加え、さらに具の質を上げた「極の恵方寿司」が登場する。そばも「節分ざるそば」と「節分とろろそば」の2種類に増やし、7種のフルーツを巻き込んだロールケーキも販売する。その他のコンビニエンスストアを見ると、ミニストップは2006年には「節分とろろざるそば」に黒豆をつけて販売し、2008年は幸福恵方巻、海鮮恵方巻、節分ざるそば、フルーツロール、am/pm は2004年から販売を開始し、2007年度は8万本売り上げた。スリーエフは2005年、銭洗い弁天で祈った5円玉つきキーホルダーを景品としてつけた。ファミリーマートは2002年以前は関西地区限定で販売していたが、2003年から全国で販売開始した。どのコンビニエンスストアも年々販売実績を増やしている。

年	販売地域 販売本数	商品
1989 ┆ 1997 ┆ 1998 ┆	広島 ↑ 関西以西 ↑ 全国 ↓	丸かぶり寿司 (恵方巻)
2004	250 万本	
2005	319 万本	ミニサイズ
2006	367 万本	3本パック 節分そば
2007	396 万本	上恵方巻 ロールケーキ
2008 ┆	未定	手巻き セット

図1 セブンイレブンの商品展開

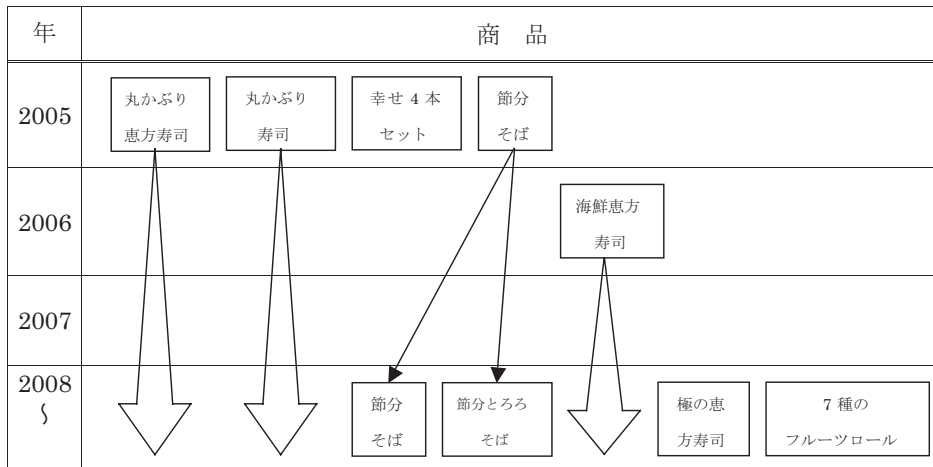


図2 サークルKサンクスの商品展開

3-6. 恵方巻きへの関心

図3は本学学生と札幌市内の料理学校に在籍する主婦による調査結果であるが、図3の③を見ると、学生は79.5%、主婦は97.2%が恵方巻きを知っている。ただし、図3の④を見るとぜひ買いたいという人は少ない。

表2は先行研究等の調査結果と本研究の結果を合わせてまとめた、節分の行事（豆まき）の実施率、恵方巻きの認知度、喫食率を調べたものである。各調査の対象人数が異なるので安易に比較はできないが、年々増えていることは理解できる。

表2 節分の実施率・恵方巻きの認知度と喫食率

年	節分実施率(%)	恵方巻認知度(%)	恵方巻喫食率(%)
1980			56.8 [N]
1991-1992	61.5 [S1]		
2001-2002	74.7 [S2]		
2004		77.0 [M]	
2005	72.2 [A]	72.0 [A] 88.5 [M]	34.9 [A] (南西は72.7)
2006	67.6 [K]	92.5 [M]	42.4 [K] 54.9 [M]
2007	76.9 [B]	79.5 [B] 90.0 [C]	50.0 [B]

[S1]サントリ-不易流行研究所 234世帯、[S2]サントリ-不易流行研究所 166世帯、[A]アサヒビール 1660名、[K] 関東の女子大生 575名

[B]本学学生 117名、[M]ミツカン酢調査 2600名、[C]札幌在住男女 50名、[N]堺女子短大学生 296名

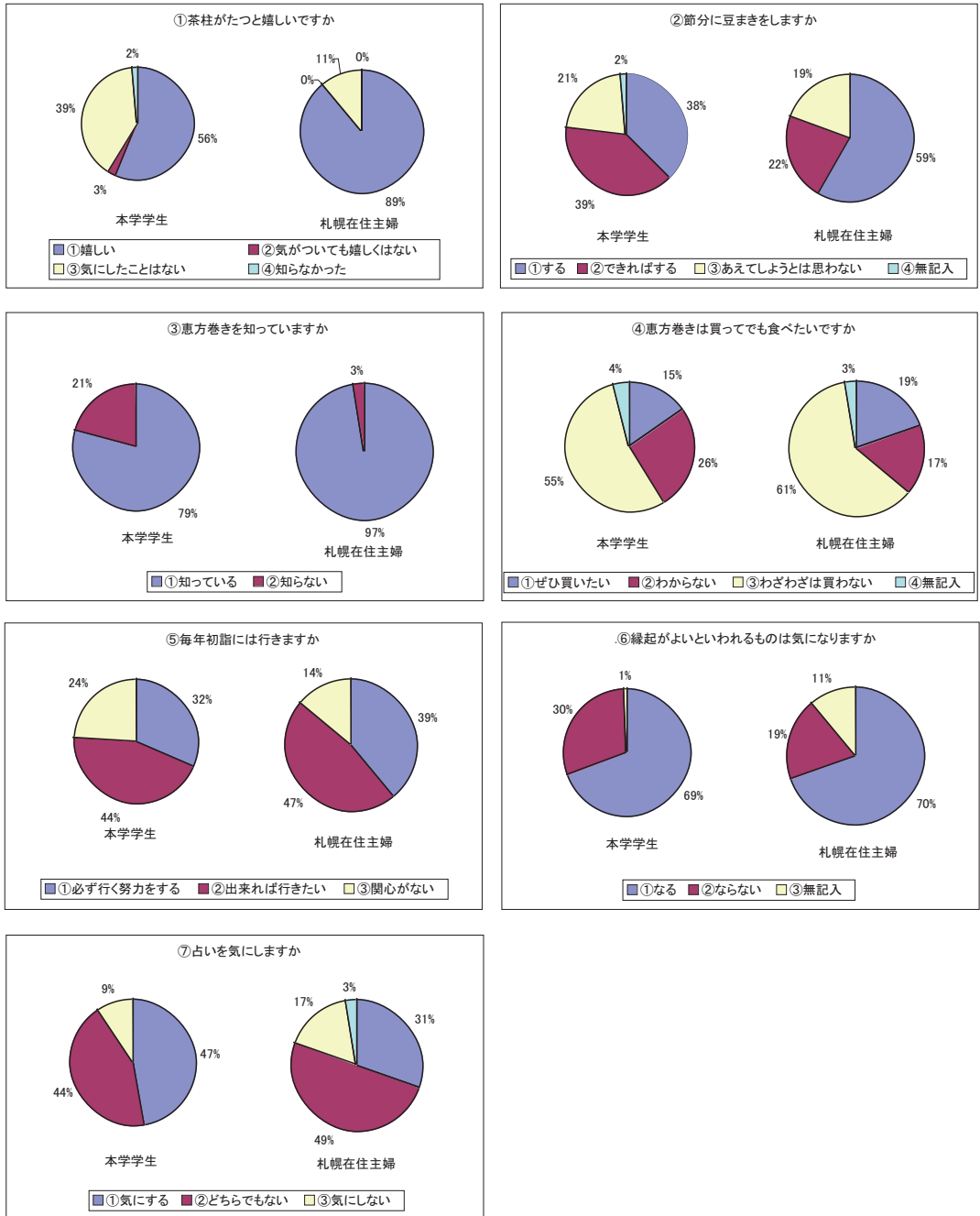


図3 本学学生と札幌市内の主婦の比較

3-7. 学生の年中行事食への関心度

本学学生に縁起がよいとされる「たべもの」は何かと聞かれて思いつくものを複数あげてもらったところ、1位は節分の豆まきの豆で46名、2位が年越しそばの34名、3位が恵方巻き、おせち料理、丑の日のうなぎが同数で31名だった。冬至のかぼちゃ、七草がゆ、お祝い時の赤飯、お月見のだんご、彼岸のおはぎが続いた(表3)。

表3 縁起のよい食べもの

順位	行事	人数 (人)
1	節分に歳の数の豆を食べる	46
2	年越しそば	34
3	恵方巻	31
	おせち料理	31
	土用の丑の日	31
6	冬至のかぼちゃ	30
7	七草粥	17
8	祝い赤飯	16
9	お月見	15
10	お彼岸	8

3-8. 「縁起」から期待される言葉

本学学生と札幌市内の主婦に、一般に「縁起」という言葉から期待される事柄6つに順位をつけてもらった。表4から、現代の多くが合格、勝利、健康を期待して、縁起物を求めていることがわかった。

表4 縁起期待されること

	札幌市内在住主婦	本学学生
1位	合格・勝利	合格・勝利
2位	健康	健康
3位	家内安全	長寿
4位	無病息災	家内安全
5位	長寿	無病息災
6位	恋愛運・結婚運	恋愛運・結婚運

4. 考察

4-1. 「新・食文化」の受容

恵方巻きの起源については諸説あるが、今回は昭和7年ごろから大阪の鮮商会や海苔協会が海苔の販売促進等の目的で丸かぶりの宣伝を行っていたことを確認した。近年、早ければ前年の12月から予約を受け付ける恵方巻きがこのように話題にあがり、消費を伸ばすようになったのは1970年以降であることがわかった。結婚式の簡素化や省略化、結婚式と葬儀の個性化も求められる時代になり、伝統的な年中行事や冠婚葬祭の変化が注目される中、正月、年越しそば、クリスマス、バレンタインデー、誕生日、お盆などと一緒に、節分の豆まきが若い学生たちにも広く実施されていることは興味深い。特に本学の学生においては縁起のよい食べ物として第1位に節分の豆を連想し、伝統行事の衰えを感じさせない。節分は地方によっては鰯を食べるところもあるが、豆まきを行う行事として知られている。だが近年、「節分といえば恵方巻き」というのが一般化した。セブンイレブンでは2007年、396万本、ローソンは2006年220万本売り上げた。恵方巻きはセブンイレブンが1998年に全国で販売を開始して以来、急速な消費の伸びを見せている。これは古来の伝統の復活ではなく、全く新しい行事として消費者に受け入れられたと見るべき現象であろう。ではなぜ、消費者に歓迎されたのだろうか。

松本は、恵方巻きが受け入れられた理由について、①寿司類は従来から祭りや節句などのハレの日の食べ物であったため抵抗がなかったこと、②子供から高齢者、男女とも、幅広く好まれる食べ物であること、③家庭の献立を考える食事担当者がその日は負担がなくなることなどをあげている。また、松本は切らずに食べることのおもしろさ、恵方という言葉のもつイメージもその人気の要因のひとつではないかと指摘

している。今回、本学と札幌市内で実施した恵方巻きに関する調査でも、そのおもしろさや食事の用意をしなくても済むという点をあげた人が多かった。今回はスーパーマーケットと百貨店の調査は行っていないが、コンビニエンスストアでの売り上げ高と表2から、若い世代に支持されていることが確認できた。結婚式も省略する世代が、節分や恵方巻きの喫食は実施するという事実は何を意味するのだろうか。衣装や道具を揃える煩雑で複雑な伝統行事は省略されても、簡単に行えるものであれば、若い世代は全く抵抗なく取り入れ、むしろ楽しんで伝承するという事柄ではないだろうか。恵方巻きはわが国の伝統的な行事食ではない。だが年々注目され、実施される事実から、恵方巻きは伝統行事である節分の名を借りて現代に生まれた「新食文化」であるといえよう。

4-2. 好まれるイメージ

松本が指摘したとおり、「恵方」という言葉のもつイメージが好まれたことは確かである。正月にその年の恵方にある神社をお参りする風習は広く見られてきた。歳神のいる方角を意識することは花柳界でも一般家庭でも行われてきたため、その方位が単純に東西南北の分け方とは重ならないにもかかわらず、その年よいとされる方向を向く、ということの「神聖さ」は多くの消費者を納得させるのではないだろうか。古くから、「初物を食べるときは東の空を見て笑え」という言い伝えもあり、吉方を意識することに抵抗はなかったと思われる。また、商品としての節分の太巻きは「丸かぶり」「丸かぶり寿司」「恵方巻き」「丸かぶり恵方寿司」「幸運恵方巻き」等、販売する側の自由な名称で呼ばれ、事前予約で方位磁石や開運豆、開運お守り等の景品を付加されることが多い。そのことでいっそう縁起のよい食事であることが印象づけられているのではないだろうか。

4-3. 太巻きである利点

海苔が現在の形状で生産され始めたのは江戸時代である。御飯に具を入れて巻く海苔巻きは、江戸では細巻きと呼ばれ、切り分けて食べた。それに対して、関西では複数の具を入れて巻き寿司と呼ばれ、切らずにそのまま食卓に出した。細巻きであれ太巻きであれ、中身を吟味してひと手間かける海苔巻きは、ハレの行事食として古くから好まれてきたことは確かである。ここではあえて太巻きであることの利点に注目したい。コンビニエンスストアの多くが七福神にちなんで7種類の具を巻き込んでいることをセールスポイントにしている。その切り口で7種類を確認できる太巻きならではの提案である。ミツカン酢が発行する「酢的マガジン」は、2007年用に「七福手巻き」をPRしている。これは一本の太巻きに7種類巻き込むのではなく、七福神をイメージした7種類の太巻きを提案しているのである。①受験生や試合前の人にはとんかつやレタス入りの必勝巻き、②父親等にはブリを入れた出世巻き、③大黒様を黒酢に見立ててゆでだこ入りの黒酢巻き、④鰻の蒲焼入りの長寿巻き、⑤鯛を巻き込んで恵比寿を意識しためでたい巻き、⑥マグロとイカを巻いて布袋をイメージした紅白巻き、⑦納豆とオクラをまぜた学問の神弁才天をイメージしたねばり巻きの7種類である。多くの恵方巻きは、その宣伝コピーに「幸せを巻き込む」ということを謳っているが、さまざまな意味やイメージをまさに巻き込む効果は海苔と寿司飯があればこそである。切らずに食べることに限っては、古くから長いものは縁起がよいとか、切ると縁が切れるなどと言われるが、その真偽や起源を問う消費者はほとんどなく、「おもしろい遊び」として楽しんでいるのが現実である。

行儀作法としては問われる部分は多々あるが、家族そろって夕食時に食している現実の評

価されたい。太巻きの可能性が新しい食文化を生んだとも言えるのではないだろうか。

4-4. 家庭の代理機能としてのコンビニエンスストア

図1、2からわかったように、コンビニエンスストアは、太巻きを提案しただけでなく、消費者のニーズにこたえて、サイズを変えたりパック商品を提案し、さらに具材の研究にも手を抜かない。具材の数、調理法、質を工夫し、地方によって変える会社もある。節分を境に新しい年を迎えるという意識も古くからあるため、節分そばを提案し、デザートに恵方巻きの形状に似せたロールケーキを提案しているところもある。ロールケーキのココアスポンジを海苔、クリームを寿司飯、具もいろいろ変える提案など、商魂たくましいと見えなくもないが、その販売数を見れば、それらの提案が遊び心も含めた消費者の要求をリサーチした結果であることが理解できる。七草がゆの提案が消費者に歓迎されたことも注目したい。従来は家庭で行ってきた行事食と、「楽しい食事場面」であるはずの団らんを、コンビニエンスストアが担う時代になったことが確認できる。「コンビニに育てられる子供たち」が確実に育てているのではないだろうか。

4-5. イベントとしての可能性

かつて日本の各地にはさまざまな祭りがあった。祭りに際しては神との共食も含め、家族や近隣の住民たちとのハレの食事が楽しみの一つであった。その楽しみがなくなりつつある現代において、仲間では恵方巻きをほおぼるのは上記したとおり「楽しい食事場面」であり、集う人数に限りもないため、日本各地でいろいろなイベントとして取り入れられている。山梨県昭和町のイトーヨーカドーでは米100kg、キュウリ250本を使って親子150人で40メートルの恵方

巻きを作ったという。大勢で作る、大勢で食べる場面作りとして、海苔巻きはサイズの調整もできるため、今後もさまざまな場面でイベントとして取り入れられるだろう。ただの遊びではなく、「なにか神聖な」「何かいいことがありそう」で「伝統行事風」でもある印象の恵方巻きは日本人が忘れつつある何かを繋ぎとめる役割も果たしているのかもしれない。

5. まとめ

現代の恵方巻きの直接的な起源は1970年代以降で、その普及にコンビニエンスストアが果たした役割は大きい。消費者はその起源が明確でないことや、実は古くからの風習ではないことにはこだわらず、太巻きの持つハレの食事の印象、縁起のよいイメージ、食べる場面の楽しさを評価して購入している。本研究はコンビニエンスストアの販売状況を調査した結果、コンビニエンスストアが家庭の代理機能を果たしていることを指摘した。恵方巻きを楽しむ消費者の増加は、伝統行事の形骸化や省略が懸念される中で、評価されるべきことではないだろうか。

大勢で楽しく同じものを食することへの期待は、けして希薄になってはいない。多くの伝統的な行事や日本文化が失われる中で、伝統食は形を変えながらも保たれ、新しい料理も生みながら脈々と伝承されてゆくに違いない。今後、百貨店、スーパーマーケット、一般家庭における恵方巻きの扱われ方の調査を進め、食卓における縁起の研究をさらに進めていくことを課題としたい。

参考文献

- 1) 松本美鈴 (2005) 「現代家庭における年中行事と食べ物」 青山学院女子短大総合文化研究所年報

- 2) 塩谷幸子 (2005) 「食文化の継承と世代間関係—正月料理の変化を通して：5年後の質的追跡調査から— 日本家政学会誌 Vol.56 No.11769-782
- 3) 中矢雅明ほか「食い合わせ」に関する一考察 中矢雅明・北里順・工藤祐司・小宅麻美・小塚晴美・鈴木ゆかり 北海道文教短期大学研究紀要 1994
- 4) 笠原義正・伊藤健 健康と食べ物の言い伝えに関するアンケート調査 山形衛研究報 NO.39. 2006
- 5) 岩崎竹彦 (2003) 「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 巻
- 6) サントリー不易流行研究所 (2003) 「現代家庭の年中行事 Part II」 サントリー不易流行研究所
- 7) アサヒビールお客様生活文化研究所 (2005) 第70回アンケート結果
<http://www.asahibeer.co.jp/aboutus/research/culture/weekly-q/200502/00070.ht>
- 8) 松本美鈴 (2006) 「現代家庭における年中行事と食べ物」 青山学院女子短期大学
- 9) 株式会社ミツカングループ (2006) 「酩酊的生活マガジン」 VOL.16
- 10) 細川喜重 (1980) 日本の行事食について アンケートによる一考察 堺女子短期大学紀要
- 11) 文化庁編 (1978) 「日本民俗地図Ⅱ」 財団法人国土地理協会発行 (p592～620)
- 12) 各都道府県別編集委員会編 (1984～1993) 「日本の食生活全集」 農山村文化協会
- 13) 農村漁村文化協会「聞き書き 大阪の食事」 (2008年1月24日受稿)

資料 1

食卓をめぐる「縁起」の研究調査 番号を○で囲み、() とに記入してください。

年齢：どちらかに記入してください (歳あるいは 代)

性別 ①女性 ②男性 出身地あるいは長く住んでいるところ ()

1. 毎年初詣に行きますか ①必ず行く努力をする ②出来れば行きたい ③関心がない
2. 茶柱がたつと嬉しいですか
①嬉しい ②気がついても嬉しくはない ③気にしたことはない ④知らなかった
3. 縁起がいいということから期待される次の言葉に順位をつけてください。

- ①健康 ()
- ②長寿 ()
- ③家内安全 ()
- ④無病息災 ()
- ⑤恋愛運、結婚運 ()
- ⑥合格・勝利 ()

4. 縁起がよいとされる食べ物を5つあげて理由を書いてください。

- | | |
|---|----|
| ① | 理由 |
| ② | 理由 |
| ③ | 理由 |
| ④ | 理由 |
| ⑤ | 理由 |

5. 節分に豆まきをしますか ①する ②できればする ③あえてしようと思わない
6. 節分にまく豆はなんですか ①大豆 ②落花生 ③その他
7. 何個食べますか ①年の数 ②年の数より1つ多く ③食べたいだけ
8. なぜ豆まきをするか知っていたら書いてください。

()

9. 恵方巻きをしていますか ①知っている ②知らない
10. 9で①と答えた人はいつごろ知りましたか? ()
11. 恵方巻きについて知っていることを書いてください。

12. 恵方巻きは買ってでも食べたいですか?
①ぜひ買いたい ②わからない ③わざわざは買わない
13. 12で①を選んだ人は理由を書いてください。

14. 縁起がよいといわれるものは気になりますか? ①なる ②ならない
15. 占いを気にしますか? ①気にする ②どちらでもない ③気にしない

Abstract

The modern Ehoumaki originated after the 70s, and the convenience stores helped popularize it widely. The consumers do not care about its ambiguous origin and new tradition, they decide to buy because of its impression is good, brings luck and happiness. This research finds that the convenience store had the same function as home based on the investigation of the sales of Ehoumaki at the convenience stores. It is good that Ehoumaki is enjoyed by many consumers because it will help protect the tradition of our food.

We really want to eat same food together, so our traditional food remains in another form, although we are losing some part of the Japanese culture. I would like to expand the investigation of Ehoumaki in the department stores, supermarkets and homes to clearly learn about the Japanese food of good omen and traditional customs.