

2024-2025 日本語・日本文化研修留学生報告書

日本語・日本文化レポート集

2025 年 9 月

東北大学高等教養教育・学生支援機構

言語・文化教育センター

目 次

擬音語・擬態語の学習方法に関する考察

—第二言語習得の視点から—

..... 1

チャフェカル イシタ サマー / Chaphekar Ishita Samar
(インド, TMV 大学)

太宰治の『津軽』における旅の象徴性

—故郷を通じた主人公の自己探求の道—

..... 9

マヌチャルヤン アリッサ / MANUCHARYAN Alissa
(カザフスタン, 国立研究大学高等経済学院)

仙台七夕まつり

—地域とともに歩む伝統行事の変遷と課題—

..... 20

ランガ・ガブリエラ / LANGA Gabriela
(ポーランド, ワルシャワ大学)

日本のファッション企業が取り組む環境活動の事例

—RE-UNIQLO プロジェクトを例に—

..... 31

金 素莉 / KIM Sori
(韓国, 国立釜山大学)

日本における移動販売の変遷とその社会的役割

—屋台からキッチンカーへ—

..... 39

ピティヤーピロム ナリッサラー / PITIYAPIROM Narisara
(タイ, タマサート大学)

擬音語・擬態語の学習方法に関する考察

—第二言語習得の視点から—

チャフェカル イシタ サマー (Chaphekar Ishita Samar)
(インド・TMV 大学)

1. はじめに

第二言語を習得する過程では、母語話者でない私たちは様々な困難に直面する。例えば、文法パターンが複雑で、語彙の量も多く、いくら練習してもなかなか頭に定着せず、会話の中で使おうとしても思い出せないことが多い。特に日本語の場合、「動詞」や「形容詞」を始め、「複合動詞」から「擬音語・擬態語」— いわゆる「オノマトペ」まで多種多様な語彙が存在し、その習得は容易ではない。日本語はオノマトペに富む言語であり、音や意味が似ているオノマトペが数多く存在する。意味の違いや使い分けを正しく理解するのは簡単ではなく、文の中で自然に使えるようになるまでには時間がかかる。筆者にとって、日本語学習の中で特に難しく感じるのは、このオノマトペの習得である。

今まで筆者はオノマトペを覚えるために、何度も書いたり読んだりし、反復練習を行ってきた。しかし、その方法は短期的には記憶に残るものの、時間が経つと忘れてしまい、長期記憶にはあまり効果がなかった。そこで、オノマトペの学習に適した方法を見つけるために様々な学習方法を試した。その結果、単語を機械的に暗記するよりも、意味やイメージと結びつけたり、具体的な場面や文脈の中で学習したりする方が、記憶への定着が良く、実際の会話においても使用しやすくなると感じた。このような学習経験を踏まえ、擬音語および擬態語の学習方法について検討し、効果的な習得のためには、どのような工夫ができるかを考察する。本稿では「オノマトペ」という語を総称として用いるが、擬音語と擬態語を分類する際には、それぞれを区別して用いる。

1.1 オノマトペの定義

どの言語にもオノマトペがある。日本語はオノマトペが豊富な言語であるとされている。川崎 (2025, p. 3) はオノマトペを次のように定義している。

オノマトペとは、当該言語が保有する言語音を用い、組み合わせることで自然の音や人・動物の声や動き、状態、身体感覚や感情などを模写する語彙の総称であるとされる。ただし本来、「オノマトペ」(仏: *onomatopée*、英: *onomatopoeia*、ギリシャ語で「命名」の意味の語が語源と言われる) は音を写し取った擬音語のことを指すものであり、音のない様子を表す語は擬態(英: *mimetic words*) と呼ばれて区別されてきた。この描写対象の音声の有無により対比的に表現する英語の表現として他に、擬音語を指す *phonomimes* と擬態語を指す *phenomimes* がある。

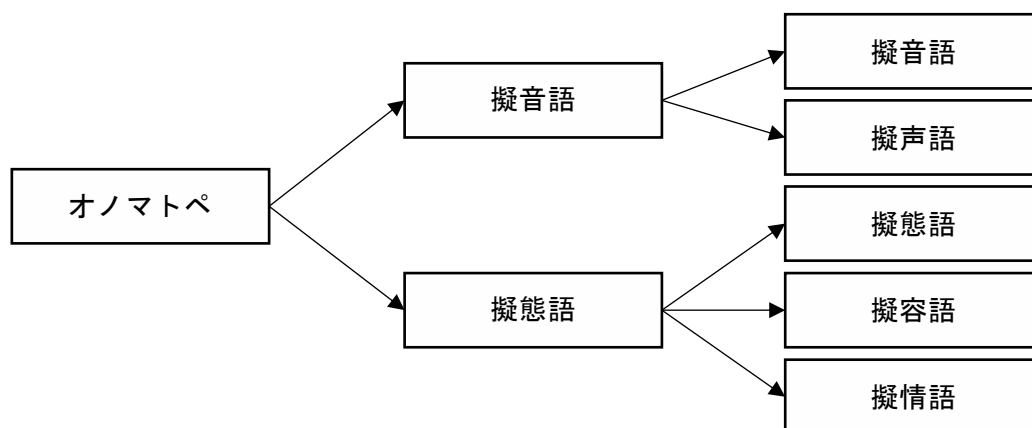
つまり、「オノマトペ」は一般的には音や状態の模倣語全般を指す総称として用いられているが、厳密には音の有無によって「擬音語」と「擬態語」に分類され、それぞれ異なる概念と

して捉えられている。

1.2 オノマトペの種類

日本語におけるオノマトペは、一般的には「擬音語」と「擬態語」という二つの主要なカテゴリに分けられるが、さらに細かく分類すると、五種類に分類されることがある。より具体的には、「擬音語」と「擬声語」が擬音のカテゴリに含まれ、「擬態語」に加えて「擬容語」と「擬情語」が擬態のカテゴリに含まれるという構造である。

図 1 金田一(1978)のオノマトペの分類



金田一(1978)は、日本語のオノマトペを「擬音語」「擬態語」「擬態語」「擬容語」「擬情語」の五種類に分類している。すなわち、音を模倣する言葉である「擬音語」は、自然界の音や物音を表すものとされ、人間や動物の声を表すものを「擬声語」として区別している。また、音ではなく、何かの動きや様子を表す「擬態語」のうち、無生物の状態を表すものを「擬態語」、生物の状態を表すものを「擬容語」、人の心理状態や感覚を表すものを「擬情語」としている (pp. 5-8)。以下にそれぞれの例を示す。

- ・ 擬音語 - ザーザー (雨の音)
- ・ 擬声語 - ワンワン (犬の鳴き声)
- ・ 擬態語 - キラキラ (光が美しく輝く様子)
- ・ 擬容語 - ガリガリ (痩せた体つき)
- ・ 擬情語 - ワクワク (期待に胸が高鳴る気持ち)

これらのオノマトペは、それぞれ独自の意味的・機能的な特徴を持っており、種類ごとに適した学習アプローチを取ることが、理解や記憶の定着にとって非常に重要であると考えられる。学習者がこのような分類を意識することで、より効果的に語彙を習得できる可能性が高まる。

2. 研究目的

本研究では、日本語学習者がオノマトペをより長期的に記憶し、自然に使いこなせるようになるための様々な学習法を調査し、効果的な学習方法を検討することを目的とする。また、擬音語と擬態語の違いに注目し、それぞれの特性に適した学習方法を考察する。最終的には、学習者自身が自分に合った効率的なオノマトペ習得方法を見つけるための手がかりを提示することを目指す。

3. オノマトペの種類ごとの学習方法

以下、オノマトペの種類とそれぞれの学習方法を考察する。

3.1 擬音語と擬声語の学習方法

擬声語は主に人間や動物の発する声を表すのに対して、擬音語は自然界の音や物の動きによって生じる音を表現するものである。たとえば、日本語では「ワンワン」「コケッコー」「にゃーにゃー」などが擬声語に分類され、「ザーザー」「ガチャン」「パタパタ」などは擬音語として使われている（金田一, 1978）。このような音の表現について、本研究では「音象徴（サウンド・シンボリズム）」という概念にも注目したい。山崎(2025)は、音象徴とは、言語音が特定のイメージを喚起する現象であり、オノマトペの記憶しやすさや感覚的な力と深く関係しているとしている（p. 13）。つまり、音そのものに意味的なイメージが結びついているため、オノマトペは学習者にとって理解しやすく、印象に残りやすい表現だと言える。

また、擬声語や擬音語のように、実際に「音」を模倣して言葉にしている表現は、意味と結びつけて覚えやすい傾向があると考えられる。田嶋(2006)は、「各音の持つイメージに日本語を母語とする我々の間に共通認識があり、ある共通のイメージを持った文字の組み合わせでそのイメージに関連する音、様子を表している」（p. 6）と述べている。このように、音とイメージの間に自然な関連があることで、記憶への定着が促されられると考えられる。さらに、森本(2017)は、「イメージと直結しているオノマトペは記憶に残りやすい」（p. 1）と指摘しており、視覚的や感覚的なイメージを伴う学習が長期記憶に有効であることを示唆している。

従って、擬音語や擬声語の学習においては、単に音を覚えるのではなく、それに対応する具体的なイメージや状況を思い浮かべながら学習することで、より効果的に記憶に定着すると考えられる。

いくつかの例を示す。

- a. チュンチュン：雀の声「スズメを連想すると覚えやすい」
- b. ズルズル：ラーメンを吸る音「ラーメンを食べる姿をイメージすると記憶に残りやすい」
- c. ゴロゴロ：雷の鳴る音／大きなものが転がる音「雷が鳴る様子や大きな石が転がる様子を想像すると覚えやすい」

時々、擬声語や擬音語は特定の動詞と一緒に使われることがあり、その組み合わせによって意味がより明確になる。例えば、「しくしく泣く」や「パラパラ落ちる」のように、動詞とセットで使うことで具体的な情景が想像しやすくなると考えられる。曹金波(2016)は、オノマトペの意味を理解するためには、一緒に使われる言葉(共起語)との関係から抽出された意味スキーマ(イメージのパターン)を視覚的に図式化し、その図式をオノマトペの「形」として学習指導に取り入れることが効果的であると主張している(p.25)。このように、擬声語や擬音語は共起する動詞と組み合わせて覚えることで、イメージがよりはっきりし、記憶にも残りやすくなる。また、意味だけでなく使用場面やニュアンスまで理解しやすくなるため、学習効果が高まると考えられる。

いくつかの例を挙げる。

d. 食べ方のオノマトペ:

もぐもぐ、ぱくぱく、がつがつ → 「食べる」様子を表すオノマトペ

e. 落ち方のオノマトペ:

ポツポツ、パラパラ → 「落ちる」様子を表すオノマトペ

f. 泣き方のオノマトペ:

しくしく、めそめそ、わんわん → 「泣く」様子を表すオノマトペ

3.2 擬情語の学習方法

感情や心理状態を表す擬情語は、主に人間の心の動きや気分の変化を表現する言葉である。例えば「ワクワク」という楽しみで心が弾むような気持ちや、「イライラ」という焦ったり、怒ったりして落ち着かない気持ちなどを挙げられる(金田一,1978)。また、擬情語は感情に直結している表現であるため、ただ意味を知るだけでなく、どのような場面でどのような気持ちが込められているかを理解することが重要である。さらに、これらの言葉は発音時のリズムやアクセントも学習の鍵となる。三上は(2007)「用法によってはアクセント型が異なる場合がある。このことも、オノマトペを使用する際には重要な情報となるので、各用法についてどのようなアクセント型で発音されるのかということを記号で表示する。」(p.8)と述べている。

以上より、擬情語を学ぶ際には、単に意味を覚えるだけでなく、気持ちを込めて発音し、アクセントやイントネーションにも気を配ることで、より自然な運用が可能となり、記憶の定着にも効果があると考えられる。

いくつかの例を示す。

a. ズキズキ: 体中がズキズキ痛む。

ズキズキは非常に痛いという意味で、この場面で自分が苦しんでいる気持ちを込め、ズキズキを強調するアクセントをとると記憶に残りやすい。

b. うっとり: 私は彼の新しい車をうっとりして見ていた。

うっとりは恍惚とした気持ちを表し、この文を驚きの気持ちを込めてアクセントに注意して発音すると覚えやすくなる。

c. ションぼり：先生に怒られてションぼりしていた。

ションぼりは元気がなく、落ち込んだ気持ちを表す。音が下がるように発音し、肩を落としたジェスチャーと合わせて使うと、覚えやすくなる。

d. ムカムカ：彼の失礼な態度にムカムカした。

ムカムカは怒りや不快感で胸がむかつくような感情を表す。「ム」を重く、怒りをこらえるように発音すると、より感情が伝わり記憶に残りやすい。

3.3 擬容語の学習方法

擬容語とは、生物の状態や様子を表す語であり、しばしば具体的な行動や動作を間接的に描写する特徴がある。例えば、「ウロウロ」や「ノロノロ」などは、生き物の動きや行動の様子を視覚的に示す擬容語の代表例である（金田一, 1978）。

筆者の母語であるマラティ語にも日本語の擬容語に似た表現が存在するが、それらは必ずしもオノマトペとして分類されるとは限らない。つまり、似たような意味を持つ言葉があっても、それが音や感覚と結び付いた言葉とは言えない場合もある。西口(1999)は「人聞は意味もわからないで物事を丸暗記することは不得手で、何らかの意味づけをしたり、既有知識との関連性をつけたりして、自分流にその知識を再構成してはじめて、知識を取り込むことができるということである。」(p. 3) と述べている。筆者にとっての既有知識とは、母語において日本語と類似した表現である。

そのため、日本語の擬容語の習得の際には、母語の中にある類似の語と関連付けて学習する方法が有効であった。このような意味づけを伴う学習は、単なる暗記よりも記憶への定着が良く、理解も深まりやすいと実感している。

いくつかの例を示す。

a. ニコニコ：彼女はにこにこ笑っていた。

この「ニコニコ」は、筆者の母語にある「KHUDU KHUDU」という表現とよく似ている（ほとんど同じ意味を持つオノマトペである）。このような母語との類似性は、学習者の記憶を助ける可能性がある。

b. うとうと：授業中に眠くなって、ついうとうとしてしまった。

「うとうと」は、母語で「DULKI（名詞—うたた寝のような軽い眠り）」という行動に近い（オノマトペではないが、意味が類似している）。母語に意味的な対応が見られる場合、学習者はその語の使用状況が定着しやすい可能性がある。

c. ガクガク：怖くて足がガクガク震えた。

母語には「THAR THAR」という似た響きと意味を持つオノマトペがある（同じ意味を持つオノマトペ）。音や意味における明確な対応関係は、新しい語彙の理解や記憶を助ける要因となり得る。

d. バタバタ：今朝はアラームを聞き逃して、バタバタと家を出た。

この表現には、母語の「GHAI GHAIN（副詞—急いで、慌てて）」という語が対応している（オノマトペではないが、意味は非常に近い）。意味的な近似性があることで、日本語にお

ける語の使われ方を理解する手がかりとなり、記憶にもつながりやすくなる可能性がある。

3.4 擬態語の学習方法

擬態語とは、実際の音を表すものではなく、物事の様子や動き、特に無生物の状態を視覚的・感覚的に表現する語である。例えば、「きらきら」や「つるつる」などがその一例である（金田一, 1978）。日本語にはこのような擬態語が非常に多く存在し、その中には日常会話であまり使われないものも少なくない。岡谷（2015）は、「多様のオノマトペについては頻度の高いオノマトペから学習することが効果的な学習となると考える。」（p. 4）と述べている。つまり、まずは「ごちゃごちゃ」や「バラバラ」など、日常の中でよく耳にする擬態語から取り組むことが効果的であると考えられる。

また、日本語の擬態語はその数が多く、意味や用法が文脈によって異なることも多いため、単語だけを暗記するのではなく、使用される状況や意味の背景を理解することが重要である。文の中でどのように使われているかを意識しながら学習すれば、記憶にも残りやすくなると考える。石井(1996) は、「同じ言葉でもそれを使用する状況によってその意味内容が変化するといったものである。」と述べており、『『私』の指示内容であり、誰がこの言葉を使うかによって誰を指示しているのかが変化する。』（p. 2）と指摘している。このように、語の意味は文脈に大きく左右されるため、辞書だけでなく、例文や会話など複数の用例に触れながら学ぶことが、理解と記憶の定着に繋がると考えられる。

いくつかの例を示す。

a. どんより

英語の意味 → clouded, blurred, glazed

1. どんよりした空：dull weather, leaden sky
2. どんよりした目：glazed/ lacklustre eyes

b. ツルツル

英語の意味 → smooth, slippery, slurping (noodles)

1. ツルツルした肌：smooth skin
2. 石が水垢でツルツルする：The stones are slippery with slime.

c. ベタベタ

英語の意味 → sticky, clingy

1. 汗で体がベタベタする：My body feels sticky with sweat.
2. カップルがベタベタしている：The couple is all over each other.

このように英語の意味と具体的な使用例を通して学習することで、より記憶への定着率が高まる。

4. まとめ

学習方法に関する考察から、擬音語・擬声語・擬態語・擬容語・擬情語にはそれぞれ固有の

特徴があり、共通点と相違点もが見受けられた。これらを比較し、効果的な学習方法の傾向を明確にするため、以下に要点を表としてまとめる。

なお、擬音語と擬声語はいずれも「音」を表すオノマトペであり、学習方法に多くの共通点があることから、同じ項目としてまとめて示す。

オノマトペの種類	特徴	学習方法の工夫
擬音語	自然の音・物音など、実際に聞こえる音を表す	音と結びつく状況や動作をイメージし、視覚素材や共起する動詞と組み合わせて学習する
擬声語	人や動物の鳴き声・声を表す	
擬情語	感情や心理状態を表す	感情を込めて発音練習、アクセント・リズムに注目
擬容語	生物（特に人）の動きや様子を表す	母語との類似を活用し、視覚的イメージと関連づける
擬態語	無生物の様子や状態を視覚・感覚的に表す	よく使われる表現から文脈ごとに学習、例文を活用

5. おわりに

本稿では、日本語のオノマトペのうち、特に擬音語・擬声語・擬情語・擬容語・擬態語の五種類に焦点を当て、それぞれの特徴と効果的な学習方法について考察した。日本語におけるオノマトペは、単なる擬音表現にとどまらず、感情や状態、動作などを豊かに表現する重要な語彙群である。そのため、外国人学習者にとっては意味や使い方の理解が難しい場合もあるが、正しく習得することで表現の幅が大きく広がる。学習の過程で特に重要だと考えられる、「意味を丸暗記するのではなく、文脈や感情、動作と結びつけて覚える」ことである。このような意味づけを伴う学習は、理解と運用力の両面において非常に効果的である。オノマトペは日本語の豊かな表現文化を理解するための重要な手がかりであり、学習者が自然で魅力的な日本語を使えるようになるための有用な語彙でもある。今後も本分野への関心を持ち続け、さらに深く学んでいきたいと考える。

参考文献

石井俊行・箕輪明寛・橋本美彦（1996）「数学と理科との関連を図った指導に関する研究：文脈依

- 存性を克服した指導への提言」『科学教育研究』20(4), 213-220.
<https://doi.org/10.14935/jssej.20.213>
- 岡谷英夫 (2015) 「小学校国語教科書に見るオノマトペと日本語教育」『人工知能学会論文誌』
30(1), 257-264. <https://doi.org/10.1527/tjsai.30.257>
- 川崎めぐみ (2025) 『方言オノマトペの形態と意味』 ひつじ書房
- 金田一春彦 (1978) 『擬音語・擬態語辞典』 浅野鶴子編, 角川書店
- 曹金波 (2016) 『日本語教育におけるオノマトペの研究—その学習内容と指導プロセスの構築を中心に—』 城西国際大学, 博士論文
- 田嶋香織 (2006) 『オノマトペ（擬音語擬態語）について』 関西外国語大学, 博士論文
http://purl.org/coar/access_right/c_abf2
- 西口光一 (1999) 「状況的学習論と新しい日本語教育の実践」『日本語教育』100, 7-18.
<https://hdl.handle.net/11094/25694>
- 三上京子 (2007) 『日本語オノマトペとその教育』 早稲田大学, 博士論文
- 森本早智 (2017) 「オノマトペを利用した視覚表現についての研究」『日本デザイン学会研究発表大会概要集』64, 492-493 https://doi.org/10.11247/jssd.64.0_492

太宰治の『津軽』における旅の象徴性 —故郷を通じた主人公の自己探求の道—

マヌチャルヤン アリッサ (MANUCHARYAN Alissa)

(カザフスタン・国立研究大学高等経済学院)

1. はじめに

『津軽』(1944年)は、20世紀日本文学を代表する作家のひとりである太宰治によって執筆された作品である。本作は、戦時下に著された紀行文と深い内省的告白を併せ持つ独自の文学作品であり、著者自身が語り手であると同時に主人公として北東北の故郷・青森県津軽地方を旅する姿を描いている。しばしば本作は津軽地方の民族誌的描写として読まれるが、太宰自身(1992, p. 35)は次のように断言している。

私はこのたびの旅行で見て来た町村の、地勢、地質、天文、財政、沿革、教育、衛生などに就いて、専門家みたいな知ったかぶりの意見は避けたいと思ふく…>私には、また別の専門科目があるのだ。世人は仮りにその科目を愛と呼んでゐる。人の心と人の心の触れ合ひを研究する科目である。私はこのたびの旅行に於いて、主としてこの一科目を追及した。

つまり、太宰の旅の目的が土地の観察や記録ではなく、「愛」すなわち人間関係の再検証と、それを通じた自己の内面への深い探求にあったのだ。したがって、本研究の主張は、主人公が幼年期・青春期を過ごした土地を再訪する行為が深い自己分析の手段となり、過去との和解および現在の再評価を可能にする装置として機能している点にある。

1.1 研究の意義

津軽をめぐる旅を内的成長のメタファーとして分析する意義は次の二点に集約される。

1. 本作は第二次世界大戦末期という日本の歴史的転換期に執筆され、国家的価値観やアイデンティティの喪失が目前に迫る状況下で、伝統的地方文化への回帰がいかに精神的拠り所となり得るかを示している。

2. グローバル化が進行する現代においても、自己探求と文化的アイデンティティの維持というテーマは重要性を失っておらず、太宰が用いた文体的・象徴的手法を検討することで、危機的時期における個人および集団のアイデンティティ構築の諸相をより深く理解できる。

1.2 研究の対象と研究課題

本研究の対象は、紀行文と自伝的小説の要素を兼ね備えた文学作品としての太宰治の『津軽』である。研究課題としては、本作品における「旅」が物語を運ぶ役割以上の意味を持ち、物理的、社会的、心理的、さらには形而上的な次元において機能する象徴としてどのように描かれているかを分析することである。特に、空間の移動、故郷の人々や自然との出会いを通して、太宰がどのように主人公の内面的変容を描いているかに注目する。

1.3 研究目的

本研究の目的は、主人公のアイデンティティ¹ 探求および自己省察の過程において、故郷への旅がどのような役割を果たしているかを明らかにすることである。

1.4 研究方法

本稿では、文献調査と精読を組み合わせ、旅の描写を通じて語り手がどのように変わっていくかを見ていこうと思う。それに、比喻や象徴がどう使われているかを探る。最後に、既存の研究を参考にして、議論を広い学問的な背景に位置づけたい。

1.5 先行研究

太宰治の作品、特に『津軽』は、日本国内外の研究者の関心を集めてきた。

本作を扱った研究者、たとえば、岡村（2014）の論文では、20 世紀日本文学における地域的アイデンティティの問題に焦点が当てられ、『津軽』が、近代化と軍国主義の進展の中でのローカルおよびナショナル・アイデンティティ形成の過程を理解する上で重要な資料として位置づけられている。

古典文学および現代文学における旅のモチーフに関する研究は多く存在するものの、『津軽』における旅の象徴性に特化した研究は、現時点では見当たらない。本研究は、その空白を埋めることを目的とし、旅の象徴性とアイデンティティ探求との関連という視点から『津軽』を新たに読み解く試みである。

2. 『津軽』が執筆された背景

2.1 太宰の伝記：内的危機と戦争体験

『津軽』における主人公の旅の象徴的意味を理解するためには、太宰治の生涯を通じて形成された心理的外傷や内的葛藤を詳細に分析することが不可欠である。なぜなら、彼の故郷への回帰の真の動機、そして主人公が経験する内的変容の本質は、こうした深層的な伝記的分析を通してはじめて明らかになるからである。

太宰の複雑で矛盾を孕んだ性格は、津島家という特殊な家庭環境にその根源を持つ。1909 年、大地主であり政治家でもあった父のもとに十一人兄弟の十番目として生まれた太宰は、幼少期から情緒的孤立を経験していた。自伝的作品『思い出』の中で、彼は「私の父は非常に忙しい人で、うちにゐることがあまりなかつた。うちにゐても子供らと一緒に居らなかつた。私は此の父を恐れてゐた」（太宰 1998, p. 29）と回想している。

皮肉なことに、特権階級に属していたがゆえに、太宰は深い疎外感を抱くこととなった。彼の養育は多くの使用人によって担われ、同世代の子どもたちとの交流も厳格な身分秩序の中に制限されていた。その結果、彼は「第三者」として、すなわち、支配層にも庶民にも属さない傍観者としての自己像を形成していったのである。この感覚は、学齢期においてさらに強化される。経済的に恵まれていない同級生に対して、特権階級出身であることに負い目を感じた彼は、家庭内と学校という二重の空間から疎外されることになったのである。

1930 年の東京への転居は、太宰にとって決定的な転機であったが、それは彼の内的矛盾をい

っそう激化させるものであった。家の伝統を否定し、共産主義思想に傾倒した彼の姿勢は、新たな価値体系を模索する試みであった。しかし、左翼運動への失望と戸籍からの除籍は、彼のアイデンティティに深刻な危機をもたらした。

日記や作品において、太宰はしばしば自身を「他人の舞台に立たされた役者」のような表現で表している。その内的葛藤は、一方で真正性への強い渴望に由来し、他方でそれを実現できないという現実によってさらに深められていた。とりわけ、1930～40年代の集団主義的な日本社会の中で、自己を真に表現することの困難さは、彼の自己否定と破壊衝動を助長する要因となった。左翼学生団体から文学団体に至るまで、人間関係の中で幾度となく他者と自らの期待に裏切られてきた太宰にとって、アイデンティティは常に懷疑と解体の場であり続けたのである。

そのような彼の自己像において重要な軸となるのが、故郷・津軽と都市・東京の対比である。津軽は、彼にとって幼年期の記憶が息づく場所であり、素朴さ、自然性、即興性といった価値の体现である。一方、東京は、社会的圧力、規範、役割の仮面、そして文学的野心と挫折の交錯する空間であった。ゆえに、太宰にとって津軽への帰郷は、帝都という演劇空間の外で失われた〈自己〉の輪郭を再構築しようとする最後の試みでもあっただろう。

また注目すべきは、1944年の津軽旅行が、表向きは小山書店からの文学的取材依頼であったものの、実際には太宰にとってきわめて深い実存的、さらには治癒的な意味を持っていたという点である。というのも、この時期の太宰は、幼少期に体験した最愛の兄の死、度重なる自殺未遂、そして理想や芸術への信仰を喪失した痛切な記憶——そうした一連のトラウマをいまだ乗り越えられていなかったからである。すなわち、彼が「帰郷」したのはこれらの出来事に先立つ、無垢だった少年時代の自己を取り戻すための旅路だったと読み取れるだろう。

この旅を読み解くうえで歴史的背景も無視できない。戦時下の全体主義的プロパガンダと軍国主義の高まりは、太宰の実存的探究をいっそう切実なものにした。胸部疾患を理由に徴兵を免れた彼は、戦争に加担できないという自責の念と、国家・制度に対する反発という相反する感情を抱えていたと推測される。こうした大きなナラティブからの疎外感、動員を促す言説への懷疑こそが、彼をより私的で個人的なテーマへと向かわせたのであり、それが「まだ恥のなかった」子供時代の記憶、そして郷土の土への回帰であったのではないだろうか。

したがって『津軽』は、外的な旅ではなく、むしろ内的な旅として読むべき作品である。これは「帰郷」の物語であると同時に、自己への回帰の記録となる。語り手が日本の北へ向かうのは、失われたのではなく、そもそも完全に見出されたことのなかったアイデンティティを再構築するためであると考えられる。幼年時代の土地を歩き、素朴な人々の顔に再び向き合うことで、語り手はようやく自己を肯定できるようになる——不完全で、矛盾を抱えながらも、確かに現実中存在する「私」として。そのような伝記的経験と文学的構築が融合するところにこそ、『津軽』という作品の本質がある。それは、旅行記の形式を借りた、ある種の告白なのである。

2.2 1940年代の津軽の状況

1940年代の津軽は、伝統的な生活様式を維持しながらも戦時の苦難を被る典型的な地方地域

であった。本州北端に位置し、厳冬と豪雪に彩られた地勢は、本州中枢からの隔絶感をさらに強める。地域独特の文化習慣や方言は、太宰（1992, p. 173）が「以上くたくたく述べて来たが、考へてみると、津軽といふのは、日本全国から見てまことに渺たる存在である」というふうに作品中でたびたび指摘するところである。

経済面では、農業・漁業・手工業が住民の主要な生業であったが、戦争はすでに厳しい地域をさらに追い込んだ。男性の動員、食糧の配給制、労働の集約化——これらの要因が日常生活に深い影を落とす。『津軽』では、閑散とした寒村の描写と、困窮をものともせず伝統行事を執り行う人々の姿が対比的に描かれる。例えば、太宰（1992, p. 257）は本作で「たしかに、日出づる国だと思つた。国運を賭しての大戦争のさいちゆうでも、本州の北端の寒村で、このやうに明るい不思議な大宴会が催されて居る」と述べている。

このように、作家は津軽を多層的に描き出す。一方で幼少期の懐かしい原風景、他方で戦時下の社会矛盾に彩られた土地。彼が故郷に求めたのは静的な理想郷より、むしろ過去と現在が対話する動的空間であり、廃墟すらもアイデンティティの一部となる。この二面性は、戦局の崩壊期において「ふるさと」への回帰を通じて心の安定を図ろうとする国民的気分とも合致しているが、同時に現実とのギャップを浮き彫りにしている。

3. 「津軽」の文体様式

3.1 「紀行文」ジャンルとその伝統

上記で述べたように、太宰治の『津軽』は、日本文学における「紀行文」ジャンルに位置づけられる。紀行文は旅の記録と哲学的考察、叙情的回想を融合させる文体であり、その歴史は古く深い。

代表例として、17世紀末に松尾芭蕉が著した『奥の細道』が挙げられる。本作では、芭蕉が東北諸国を巡る旅路を詠み、旅の所感を詩的独吟や哲学的思索と折り合わせた。日本文学において、旅は「自己への道」であり、文化的アイデンティティの探求手段とされてきた（Shirane 2022, p. 286）。

太宰は『津軽』においてもこの伝統を踏まえつつ、地方伝説や自然描写、個人の記憶を織り交ぜ、地理的移動に深い心理的意味を付与する。しかし彼は普通の美的観照を超え、現地との感情的共鳴に重点を置く。

紀行文は、事実描写と創作的要素、客観性と主観性を自在に行き交う自由度を作者に提供する。『津軽』において太宰はまさにこの特性を駆使している。

こうして『津軽』は、伝統的紀行文の枠を継承しつつ、新たな視座と技巧を加えることで、歴史的転換期に生きる個人の複雑かつ矛盾に満ちた内面世界を豊かに描き出している。

3.2 文体的特徴と文学的手法

『津軽』の文体には、驚くほどの豊かさとひらめきが宿っている。太宰治はこの多彩な文体を用いて、故郷への回帰がいかに複雑で揺れ動くプロセスであるかを鮮烈に描き出し、語り手の自己同一化がどのように紡がれていくかを立体的に浮かび上がらせる。本節では、太宰が巧みに駆使する主なナラティブ手法を取り上げ、それらが主人公の内的世界をどのように映し出

しているのかを掘り下げていきたいと思う。

まず真っ先に目を引くのが、エッセイのように自由奔放な語り口だ。冒頭から、雪景色の細やかな描写にふと心を奪われたかと思うと、次の瞬間には地方の居酒屋での賑わいがぱっと立ち上がってくる——酒の匂い、地元の人々の笑い声、熱気を帯びた会話が、断片的に挿入される。こうした「断片の連なり」は、まるで主人公の意識が過去と現在を奔流のように行き来するさまをそのまま文字化したようで、その結果、読者はたちまち『津軽』の時間と空気の中に引き込まれる。雪のひらひら舞う音を聞くかと思えば、すぐに雑然とした宴席の気配に触れ、あるいはふと停まった路地の風景に沈思する——このフラグメンタルな構造は、過去と現在が同じ感情的な土壌の上で混ざり合い、主人公の再馴化のプロセスを如実に体现している。つまり、過去も現在も彼の意識を縦割りにしているわけではなく、むしろ互いに溶け合う層となって、津軽の「今この瞬間」を形づくっていくのだ。この断片的手法によって、語り手の内面に渦巻く不安定さやアイデンティティの揺らぎがありのままに露わになり、その不確かさが逆に読者をひきつけ、「都市的経験」の殻を破って故郷の律動にゆっくりと身を委ねさせてくれる。

加えて、作品全体を貫くもう一つの重要な文体ツールはアイロニーである。主人公が自分自身の行動や思い込み、抱いていた期待さえも自嘲的な視点で評するさまは、防御機制としての役割を果たすと同時に、鋭い自己批判の手段にもなっている。たとえば、金木の町並みを「底の浅い見栄坊の町」（太宰 1992, p. 4）と切り捨ててしまう場面があるが、その辛辣な一言には、自分自身の理想と故郷の現実とのギャップを突きつける覚悟のようなものが垣間見える。このような皮肉をまじえた語りは、ノスタルジーによる胸の痛みや恥ずかしさ、幻滅からわずかに距離をとりつつも、その痛みを否定しない。この二律背反的な視線が、ふとした瞬間に過去の甘美な思い出と現実の厳しさを鋭く対比させ、読者の胸をぎゅっと締めつける。叙情的で温かみのあるパッセージと、瞬く間に放たれる皮肉めいた一節とが交互にリズムを刻むことで、『津軽』は一種独特の感情的な脈動を生み出し、主人公の根への渴望と地方への反発のせめぎ合いを提示する。

3.3 ナラティブの特徴

作品全体を支える基本的な仕掛けは、語り手が〈当事者〉であると同時に〈観察者・分析者〉でもあるという二重構造にある。幼い頃から津軽の地に根を張ってきた者としての帰属意識を抱えつつ、長く東京で暮らし、都会的な価値観を体に染み込ませた疎外感も同時に抱えている。そんな「あいだ」に立つ存在だからこそ、語り手は〈当事者〉としては同郷の人々との再会に胸を熱くし、懐かしさや痛みを深く噛みしめる一方で、〈観察者〉としては方言の声色や日常の細かな所作を、まるでフィールドワークのように冷静沈着に書き留める。こうした二重性は文体面にも色濃く現れていて、口語的でどこか粗野な表現と、文学的に練られた高い調子のフレーズ（例えば、「孤独の戦慄」（太宰 1992, p. 4）といった重厚な言い回し）が交互に差し込まれ、さらに津軽弁の響きが要所要所にふいに顔を覗かせる。これらは語り手の揺れ動くアイデンティティをことばで体现するための仕掛けではないだろうか。

そして最後に、太宰が大胆に仕掛けているのが〈自伝性〉への遊び心だ。実際には著者自身の体験（乳母・たけとの再会シーンなど）を素材にしながらも、それをあえて物語として作り

かえ、独自の語り手を立ち上げている（長部 2002, pp. 281-282）。この重大な改変は、事実再現に終始せず、読者の感覚に〈深層の真実〉を刻むための手段と言える。文字通りの事実を犠牲にする代わりに、恥の意識や懺悔の思い、赦しを求める切実さといった心理の陰影を一層鮮明に浮かび上がらせる。その結果、『津軽』における自己探究は、ただ過去をなぞる受動的な行為より、むしろ能動的に語りを再構築しながら、本当に原点に戻ることの難しさを問いかける創造的プロセスとして立ち現れると思われる。こうして文学的「私」の声は、過去の事実ではなく、いま語るいましめとしての力を帯びたナラティブへと昇華していくのだ。

4. 津軽旅行を通じた自己探求

4.1 旅立ちの出発点における語り手

内部における主人公の変容を検証するには、まず旅立ちの出発点で彼がどのような心理状態にあったかを明らかにする必要がある。

小説の冒頭で、主人公の内的世界は深い実存的危機の渦中にあり、そこには漠然とした不安、疲労感、そして自己内の葛藤が鮮明ににじみ出ている。第一行目から作者はきわめて率直に旅の動機を示しており、問いかけ「ね、なぜ旅に出るの？」に対して主人公は簡潔かつ的確に「苦しいからさ」と答える（太宰 1992, p. 39）。この飾り気のない一言が物語全体に重く暗いトーンを落とし、旅立ちは自己の耐え難い苦悩から逃れるための、ほとんど強制的な選択として描かれていることが明らかになる。

主人公の実存的危機は、まず第一に生命の有限性に対する深い自覚として表れている。特に、自らの作家としての生涯を、同年代で早世した先人たちの名を挙げつつ振り返る場面には胸を締めつけられるものがある。

正岡子規三十六、尾崎紅葉三十七、斎藤緑雨三十八、国木田独步三十八、長塚節三十七、芥川龍之介三十六、嘉村礒多三十七。〈…〉あいつらの死んだとしさ。ばたばた死んでゐる。おれもそろそろ、そのとしだ。（太宰 1992, p. 39）

ここには、ただの死への恐怖を超え、自らの創作人生がいつ断ち切られてもおかしくないという、切迫した不安がにじむだろう。旅は、自己存在の意義や創作の果てにある満足を求める儀式のようにも映る。

物語の冒頭の対話からも、人間関係における心理的バリアリングが明瞭だ。主人公は自己開示を「文学的な虚飾」にすぎないと切り捨て、素直に心情を語ることを拒む（太宰 1992, p. 40）。

太宰治作品に共通する傾向として、登場人物は己の本質を覆い隠す「仮面」を身にまとう。例えば、スクヴォルツォワ（2024, p. 166）は『人間失格』の主人公についてこう論じている。

Оба Ёдзо находится в постоянной борьбе с самим собой, его усилия направлены на сокрытие своей подлинной неподлинности.

（大庭葉蔵は絶えず自己と闘い、その努力は自己の不誠実性を覆い隠すことに向けられている。）（訳は引用者による）

『津軽』冒頭の主人公もまたこの仮面を脱げないまま、自らの真の在り方を模索していると言えるだろう。

旅立ちの際の外見描写も象徴的だ。主人公は自分自身を「むらさき色の乞食」（太宰 1992, p. 47）と表現し、その物質的な貧しさのみならず、精神的な不安定さや自己否定の深度を示唆するかもしれない。この衣服は、成功者とも幸福な人間とも縁のない、底辺に沈む者の象徴であり、物質的欠乏と精神的虚無が表裏一体となっているだろう。

親戚との再会を前に抱く不安や戸惑いも、主人公の心情を鮮明に映し出す。過去は傷と失望の源であると同時に、癒しへの道をも示唆しているが、旅の入口に立つ彼はまだ和解に至る覚悟を欠いている。

特に注目したいのは、彼が物質的利益ではなく「真理と愛情」（太宰 1992, p. 47）を乞うていると自称するところだ。この宣言は力強い表明というよりも、自らの弱さと無防備さを告白する言葉であり、旅は内的刷新への希求としての出発なのだ。

こうして描かれる主人公の姿は、過去と未来、絶望と希望、そして生と死の狭間に立つ人間の像であると思われる。彼は旅に出ることで、かつての自分自身、答えの出ない問いと恐怖から距離を取り、新たな自己を求めるために、空虚を抱えて歩き出すのである。

4.2 風景と記憶の関連性

図1 太宰治『津軽』における旅程ルート図



(太宰 1992, p. 38)

『津軽』の語り手が辿るのは、東京を発ち青森市を起点に弘前、五所川原、蟹田といった津軽地方各地を巡る道程である（図1）。この旅程図を頭に入れつつ、以降では各地の風景が語り

手の記憶とどのように結びついているかを見ていこうと思う。

本作における風景は、一見すると素朴で平明だが、注意深く読み進めると語り手の内面世界と密接に絡み合っていることに気づかざるを得ない。物語冒頭で太宰(1992)は雪の細かな種類——「こな雪、つぶ雪、わた雪、みづ雪…」——を列挙し、読者を独特の感情のトーンへと誘う。これらの言葉は、ノスタルジアの淡い萌芽から喪失の重み、過去への戻る夢想まで、記憶の微妙なニュアンスを映し出す雪の語彙であると思われ、作品全体の情緒的な背景を形作る指標となっている。

語り手が青森市に到着すると、まず堤川のゆったりとした流れに視線が留まる。「海に流れ込む直前の一箇所で、奇妙に躊躇して逆流するかのやうに流れが鈍くなるものである」(太宰 1992, pp. 15-16) という一文において、川はまさに「青春から成熟へ」という自己発見の旅の境界——いわば関として立ち現れる。語り手はそこで初めて放心と呼ぶべき、すべての雑念から解放された瞬間を味わう。赤い欄干に囲まれた小さな橋の上で過ごす短い独白は、自然そのものが魂と向き合う場として機能し、感情の深層を掘り起こす契機となるのではないかと考えられる。

青森港の栈橋に立てば、騒々しい港の喧噪ではなく、「深い港の海に、雪がひそひそ降つてゐるのはいいものだ」(太宰 1992, p. 15) という静謐な情景が広がる。ここで降り積もる雪のささやきは、語り手の胸に弟との思い出や幼き日の無邪気さを呼び覚ます。波の音やカモメの声が、外界の騒音と語り手の内的声との対比を際立たせ、過去を再考する内省の時間を深めるのである。

小山の斜面から広大な津軽平野と真珠のように白い十三湖を見下ろすとき、語り手は高揚と切なさが入り混じる不思議な感覚に囚われる。遠くに細く銀の線を描く岩木川を眺めながら、現実と想像、過去と現在がひとつの流れとなって溶け合う様を感じ取れる。

まさしく『津軽』では、雪の粒ひとつ、緩やかな川の流れ、静穏な湖面のひとつままでが語り手の精神状態を映す鏡となっている。風景は背景に過ぎないわけではない。常に主人公と対話を重ねながら、記憶の新たな側面を照らし出し、故郷という視点から自己を問い直すきっかけとなると言えよう。

4.3 自己探究における人間関係の役割

津軽の旅路において、主人公が自らを見出していく過程は、決して孤独の中で完結するものではない。それは、過去と現在において関わりを持った人々との一連の印象的な出会いを通して進行していくのだ。それぞれの出会いは、内面的成長の道しるべとも言える存在であり、主人公はそのたびに、伝統や儀礼、共同体の記憶の力に触れ、疎外感を乗り越えながら、他者からの思いやりや支えを受け取ることが学んでいく。『津軽』における人間関係は、主人公の自己意識を深く揺さぶる強力な触媒として機能し、他者の眼差しを通して自身の姿を新たに見つめ直す契機を与えてくれる。

とりわけ印象的なのが、かつて家に仕えていたT君との再会である。T君は強い口調でこう述べる。

私は金木のあなたの家に仕へた者です。あなたは御主人です。さう思つていただかないと、

私は、うれしくないんです。＜…＞二十年も経つてみますけれども、いまでもしよつちゆう金木のあなたの家の夢を見るんです。（太宰 1992, pp. 49-50）

「金木のあなたの家の夢」を見るという一言には、その関係の永続性と情緒的な結びつきの深さが表れている。この言葉を通じて、主人公は再び自分の役割、そして過去の重みを実感する。彼にとって忘れ去られたと思っていた存在が、他者にとっては今も「御主人」として記憶されていること——それは、断絶されていた意識が再び共同体との連なりへと向かう転機となるのではないかと思われる。東京という孤立の都市を離れてきた主人公にとって、こうした地元の他者たちが、いまだ自分を仲間として見てくれている事実は、驚きと同時に心の底からの安堵を呼び起こすだろう。

とはいえ、『津軽』は人とのつながりを通じた自己発見の過程を、決して理想化しては描かない。故郷への帰還が、個人と共同体のアイデンティティが揺らぐ戦時の時代背景の中で、新たな問いを浮かび上がらせる行為となる。たとえば、家族との再会は、温もりと同時に、失われた時間への痛烈な自省を呼び起こすとも言える。長らく東京での生活に没頭していた主人公にとって、家族との距離は、空間的な隔たりより、むしろ時間と心の隔たりとして突きつけられる。

また、幼馴染の N との再会——精米工場での一場面では、労働と友情が主人公の再認識を促すが、同時に「自分はもはやこの地に根差すことのできない他者なのだ」という苦い自覚も伴う。彼の仲間たちは津軽という地にしっかりと根を張り、伝統的な生活を送り続けているが、主人公自身は「よそ者」になってしまっているのだ。この痛ましい実感こそが、複雑なアイデンティティの受容へとつながっていくと思われる。

こうして、『津軽』における人間関係の象徴性は、主人公の自己認識の旅に独特の光を与える。自己に向かう歩みは常に「他者」への歩みでもあり、複雑で矛盾に満ちた人間のつながりの中にこそ、主人公は本当の自分を見出していくのである。だからこそ『津軽』は、一人の作家の私的回想録であると同時に、人がいかに他者との関係を通して自己を形作っていくかを描いた普遍的な作品として、読む者の心に深い余韻を残すだろう。

5. 自己成長の象徴としての「旅」

旅の終着点に至った『津軽』の主人公は、出発時の危機的な心理状況とは質的に異なる内的世界を獲得している。物語冒頭で実存的苦痛と鋭い不安、社会的・精神的孤立に苛まれていたのに対し、帰郷の旅を終えた時点で、彼は自身と外界との和解を思わせる希有な調和感——「心の平和」（太宰 1992, p. 266）を初めて実感するに至る。その転機を象徴するのが、正しく乳母・たけとの再会である。たけは主人公にとって、母性的な愛、無条件の受容、そして家系の記憶を体現する存在であり、この出会いは激情や感傷に頼ることなく、むしろ抑制された簡素さと静かな厳しさを通じて、思いがけない深い安らぎをもたらす。ついにたけと再び出会った語り手は、こう振り返る。

私には何の不満もない。まるで、もう、安心してしまつてゐる。＜…＞もう、何がどうな

つてもいいんだ、といふやうな全く無憂無風の情態である。(太宰 1992, p. 266)

つまり、この感覚は、語り手の存在を当初の道程で特徴付けていた「苦しさ」とは正反対のものだ。

心理変容の核心は、出発時には支配的であった実存的不安と死への恐怖が、旅の果てにほとんど力を失った点にある。かつては人生のはかなさや作家としての運命、終焉の不可避性に取り憑かれていた彼だが、故郷という原点に立ち返ることで、その恐怖はたちまち色あせる。自らの生命を、個人の悲劇ではなく、時代と世代をつなぐ大きな時間の流れの一部として捉え直す能力を獲得し、たけの静かな佇まいのもとで、自分が世界の不可分の一員であることを初めて実感する。

また、人間関係への態度にも顕著な変化が現れる。旅の始めには他者への不信と距離感を抱き、真摯な交流を避けていた主人公だったが、幼馴染や親戚、津軽の人々との次々とした出会いを通じて、共感や人情にふたたび心を開いていく。物語末尾で彼がこう回想している。

見よ、私の忘れ得ぬ人は、青森に於けるT君であり、五所川原に於ける中畑さんであり、金木に於けるアヤであり、さうして小泊に於けるたけである。(太宰 1992, pp. 272-273)

この言葉は、内なる隔たりを乗り越え、共同体的なつながりを回復した証左であり、自己同一性の再構築に不可欠な要素となっている。

クライマックスともいえる最終場面では、満開の桜の下でたけの隣に静かに佇む主人公が描かれる。ここで彼は、もはや自己と世界のあいだに葛藤を見出すことなく、ただ「いる」ことを許されているとみなせる。弁解も説明も求めず、以前の恐れや疑念、内的対立はすべて消え去り、かつて欠いていた内的整合性と平穏をこの接受において獲得するのである。

6. 終わりに

本研究においては、『津軽』の主人公が旅の終焉に至る過程で顕著な内面的変容を遂げることが明らかとなった。この成長は、社会的疎外感の部分的克服、分裂していた自己の統合、そして故郷への象徴的回帰を通じた自己の位置の再認識といった要素を含む。旅路は精神的成長の触媒として機能し、主人公を実存的危機の状態から、より統合され且つ本来的な存在へと導いている。

本稿の新規性は、『津軽』を自伝的作品や地域紀行としてではなく、地理的空間を深層心理の表現手段として駆使した複雑な象徴的テキストと位置づけた点にある。この空間詩学的解釈へのアプローチにより、『津軽』のみならず、太宰治の作家活動全体を、真摯なアイデンティティ探求という文脈で再検討する視座が提示されたと言えよう。

以上の分析から導き出された今後の研究課題は以下の通りである。

1. 太宰治の他の主要作品（『人間失格』『斜陽』等）との比較分析を通じ、『津軽』で展開された空間詩学的手法が、作家の創作プロセス全体においてどのように変遷・発展したのかを説明する。

2. 戦後の私小説の展開を視野に入れ、太宰治の採った芸術的手法が、後続の作家に及ぼした影響の実態を精査する。
3. 教養小説をはじめとする世界文学の伝統との比較対照研究を通じて、自己認識の手段としての「旅」のモチーフの文学的・心理学的機能を探究する。
4. 多様な文化圏における『津軽』の受容史を詳細に調査し、「自己探求」と「故郷回帰」という普遍的主题が、異なる文化的・歴史的な文脈においてどのように解釈されてきたのかを解明する。

総じて、『津軽』の主人公の歩みは、深い絶望と虚無の淵から、心の調和と自己・他者・過去との確かな和解へと至る、静謐でありながら力強い内面の旅路そのものである。その成長の本質は、自己に対する向き合い方、過去の受容の仕方、他者との関わり、そして人生への姿勢が根底から刷新される根源的変遷にある。そして、この変遷を決定づけるのが、地理的な戻り以上に、新たな生の意味と揺るぎない存在基盤を主人公にもたらす「故郷」への象徴的回帰の瞬間である。

『津軽』の不朽の価値は、このような人間精神の微細にして劇的な変遷を、比類なき精緻さと圧倒的な説得力をもって描き切った点にこそ宿るのではないだろうか。それは自伝的記述の枠を軽々と超え、人間が成熟の果てに自らの内面に辿り着く「真の帰郷」の軌跡を、永続的な文学的寓意として、我々の胸に深く刻みつける作品へと高めているのである。

注

(1)アイデンティティ (identity) とは、ラテン語 *idem* (同一の) に由来する用語で、「自己同一性」あるいは「自己認識」を意味する(新村 1993, p. 7)。エリク・エリクソンは、自我同一性 (*ego identity*) という概念を提唱している (1973, p. 10)。それは、成長過程において「自分はどのような人間か」「何を大切に生きるのか」という問いを深め、自己の価値観や役割、他者との関係性を内面化していくプロセスとして提示している。

参考文献

- エリクソン, E. (1973) 『自我同一性』誠信書房.
- 岡村知子(2014)「太宰治と郷土」『論潮』第7巻, pp. 43-57.
- 長部日出雄 (2002)『桜桃とキリスト もう一つの太宰治伝』文藝春秋.
- 新村出 (編) (1993)『広辞苑』岩波書店, 第4版.
- 太宰治 (1992)『津軽』日本近代文学館.
- 太宰治 (1998)「思ひ出」『太宰治全集 2』筑摩書房, pp. 23-64.
- Shirane, H. (2022) *Traces of Dreams: Landscape, Cultural Memory, and the Poetry of Bashō*, Stanford University Press.
- Скворцова Е. Л., Луцкий А. Л. Экзистенциальные мотивы в творчестве японского прозаика Дадзая Осаму. Восточный курьер / *Oriental Courier*. 2024. № 1. С. 161-169 (スクヴォルツォワ、ルツキエ (2024)「日本の小説家・太宰治の作品における存在論的モチーフ」『オリエンタル・クーリエ / *Oriental Courier*』第1号, pp. 161-169) .

仙台七夕まつり

—地域とともに歩む伝統行事の変遷と課題—

ランガ・ガブリエラ (LANGA Gabriela)
(ポーランド・ワルシャワ大学)

1. はじめに

筆者が仙台七夕まつりに関心を持ったのは、2023年の短期留学中に初めて本祭を体験したことがきっかけである。その際、日本人を含む多くの人々と七夕について語る機会があり、多くの人がこの祭りを知っており、短冊を書いた経験もある一方で、その歴史的背景や伝統についてはあまり知られていないという印象を受けた。これが、七夕まつりの歴史や変遷を深く調べようとする出発点となった。

また、もともとは平安時代の宮中行事として行われていた七夕が、現在では商店街を中心に行われているという変化にも疑問を抱き、その要因を探る中で、江戸時代に起きた社会的変容や、仙台という都市の形成とその影響が重要であると考えに至った。特に仙台は江戸時代の2年前に成立した都市であり、現在の七夕まつりの形に大きな影響を与えた地域である。

これらの歴史的変遷は、現代における七夕まつりの性格の変容にもつながっており、筆者はこの点に関心を抱いた。例えば、商店街という場での開催が、祭りの性質や人々の関わり方によどのような影響を与えてきたのか。また、それがポジティブな変遷であったのか、それとも課題を生んでいるのか。人々の「願い」という七夕本来の精神は、現代においてどう受け止められているのか。市民、観光客、そして主催者それぞれの視点からその変化を探ろうとした。

先行研究としては、東北大学図書館に所蔵されている『仙台七夕と盆まつり：その由来と伝承』（三原 1971）、『仙台七夕まつり：七夕七彩』（近江 2007）、『仙台七夕伝統と未来』（近江 2008）、『仙台の七夕飾り・仙台の竹細工』（仙台市教育委員会 2010）などの存在を確認した。特に『仙台七夕伝統と未来』では、江戸から現代までの仙台七夕まつりの歴史的変遷が詳述されていた。

しかし、これらの文献は2010年以前であるため、本研究では現在の視点を含め、『河北新報』のオンライン記事データベースを活用し、掲載されている人々の声を分析しながら考察していきたい。加えて、公式サイトなどインターネット上の一次資料も参照し、まつりの現状を把握する。

2. 研究目的

本レポートの目的は、仙台七夕まつりが地域文化としてどのような変遷をうけてきたかを明らかにすることである。特に、仙台という特定の地域・都市に根ざした文化としての位置づけに注目しつつ、その発展過程における商業化、東北六大夏祭りとの性質の違い、そして市民・観光客・企業の参加の在り方について考察を行う。

3. 研究方法

本研究では、まず日本における七夕まつりの起源と歴史的背景、とりわけ江戸時代に至るま

での変遷および仙台市の形成過程における江戸文化の影響について文献調査を通じて整理した。その上で、仙台七夕まつりに関する現代的課題や市民の意識を明らかにするために、『河北新報』の1991年から現在までの記事データベースを活用し、「仙台七夕祭り」「課題」「商業化」「商人」「市民参加」「東北祭り」などのキーワードによる検索を行い、記述内容の分析を行った。加えて、主催者が運営する仙台七夕まつり公式ウェブサイトなどの一次資料も参照し、近年の運営方針やイベント内容についての補足的情報を得た。

4. 七夕の起源と歴史的な背景

七夕とは、日本の七月七日の行事である。その由来は中国の伝説であり、最初に日本に現れたのは奈良時代だと思われる。近江（2008）は次のように述べている。

鷲座の主星である牽牛（アルタイル）と琴座の織女（ヴェーガ）とが、銀河をはさんで会合するという中国渡来の星祭の伝説乞巧奠の歴史は、すでに奈良期にはもう盛んで『万葉集』にも多くの歌が残っている。（近江 2008, p.153）

次は、「七夕」は伝説の二人が再会する日、つまり七月七日を示しているが、なぜ日本語で「タナバタ」と読むのだろうか。七夕の名前の由来について近江（2008,153-154）は以下の通り説明している。

「七夕」と書いてなぜ「タナバタ」と読むのかという言葉の上の問題であろう。タナバタという国語は棚機に違いない。日本には昔から棚機女について信仰があり、今も伝説の形で伝承されている。それは水の神に捧げるための神聖な織物を、穢れ知らぬ処女が俗界から身を隔離して、清浄な棚造の籠谷に忌みこもって織ることであった。地上から隔離するために、土地に密着させないで、高い柱で支えた構造の懸け造りが棚であり、臨時の神棚・盆棚というもの、目的とするところは同じことである。（近江 2008, p.153-154）

つまり、「棚機」の起源は昔に「棚」という建物で紙に神聖な織物を「機」で織っていた処女である。また、七夕の織物などに関する習俗について、日本国語大辞典では、次のように書かれている。

五節供の一つとして、同夜、庭前に供えものをし、葉竹に五色の短冊などを飾りつけ、子女が裁縫や書道など技芸の上達を願う祭。もと宮中の節会（せちえ）として行なわれていた中国の乞巧奠（きっこうでん）の行事と、在来の棚機（たなばた）の伝説が結びついたもの。（"たな-ばた【棚機・織女・七夕】", 日本国語大辞典, JapanKnowledge）

五節句とは、五つの節会、つまり宮中の貴族が行っていた伝統的な行事である。新暦の順番で見ると、お正月（一月一日）、ひな祭り（三月三日）、端午の節句（五月五日）、七夕（七月

七日)、菊の節句(九月九日)がある。七月七日の七夕の核心はこの二星に、裁縫や書道など技芸の上達などの願い事をする日であった。棚機女の信仰が存在していたことで裁縫の上達に結び付けることができるが、やがてどんな願い事をしてもし叶えると信じるような行事になった。

5. 江戸時代以降の七夕と庶民文化・仙台七夕まつりの成立と発展

5.1 城下町の発展

江戸時代までは祭りの形は大きく変わらなかったものの、江戸時代に入ると少しずつ変化が見られ始めた。これは城下町が発展し、町人や商人、つまり庶民が増え、商業が急速に盛んになったことが背景にある。まず、城下町の発展について説明していく。

日本大百科全書(ニッポニカ)では次のように書いてある。

士・工商(町人)は都市に住んでいたが、江戸時代には、江戸・大坂・京都の三都をはじめ、各地に城下町・門前町・港町・宿場町などの商業都市や、鉾山町などの手工業都市が分布していた。("江戸時代", 日本大百科全書, JapanKnowledge)

仙台の話に移すと、同辞典によれば、青葉城(仙台城)の本丸(最も主要な部分)の構造は1601年に伊達政宗公によって着工され、1610年に完成したとされる("仙台城", 日本大百科全書(ニッポニカ), JapanKnowledge)。この年は仙台藩の成立年とされており、青葉城の周辺に仙台市城下町が形成されていった。したがって、仙台は江戸時代の代わりを受けながら発展しており、江戸時代を象徴する文化を受け入れやすかったことがわかる。

青木(2006)は江戸庶民の文化について次のように述べている。

江戸時代は、遊びの時代の始まりである。江戸や大阪を皮切りに、日本全国に城下町が成立し、都市で生き生きと生活する人が急激に増えていった。都市生活で重要なことは、物を生産したり、蓄積することだけではなく、どんどん消費することである。幕府それに倣って大名も、城下町の商工業を盛んにし、都市が繁栄することを期待した。

そうなれば、当然のことながら商売の担い手である町人に富が集まる。(青木 2006)

こうした江戸時代の町の中で、町人階級に富が集まり、文化的活動も活発化したと考えられる。

当時の七夕の人気と重要さは歌川広重の『名所江戸百景』からわかる。百景の中で江戸町の七夕を描いた場面もあり、当時の人々に七夕が親しまれていたことがわかる。そして、江戸時代の七夕の風習についてもわかる。『名所江戸百景』で描かれている七夕は宮廷のものと少し異なり、宮廷中にだけでなく、町中に高い竹の棒に掛けられている飾りが見られる。今の七夕飾りを象徴する竹は江戸時代に使用され始めたと言われる。

また、江戸時代の仙台における七夕の風習についても、複数の史料が存在する。例えば近江(2008)によれば、街並みを装飾したり、果物や野菜を供物として供えたり、井戸替えをした

り、飾りを川に流したりするなどの風習が見られた。したがって、当時の仙台の七夕は江戸町からインスピレーションを受けて行われていた。

さらに、同氏が編集した資料によれば、伊達家初代藩主・伊達政宗をはじめ、四代綱村、五代吉村が七夕に詠んだ和歌が確認できる。これらの記録は、仙台市の藩主を含む仙台の上層階級が七夕行事に親しみ、文化的意義を見出していた様子がうかがえる。

5.2 商店街について

時代の移り変わりとともに、城下町の形成が進む中で、人々の習慣や文化、町人の日常生活も発展し始めた。たとえば、江戸や他の大きな城下町では、商業が急速に発展し、やがて商店街が形成されていった。

仙台市も同じく発展しており、やがて商人の都市になっていた。伊達藩の時期の商店街の位置について、正木、杉山（2019）は書いている。

仙台では、商業の中心は江戸時代の町人地域から移動し、現在は仙台駅と青葉城を結ぶ中央通りと東一番町に中心商店街が形成され、一帯は東北最大の繁華街、歓楽街となっている（正木、杉山 2019）

また、仙台の一番町は中級の侍町で、国分町が商業の中心であったと述べている。仙台市に商店街が発展し、商売が盛んだったのは戦争までであった。しかし、明治時代の始まり、1873年にこれまで使われていた旧暦（太陰太陽暦）が新暦（陽暦）に変わり、七夕は7月7日から数週間後にずらされることになった。したがって、暦に強くかかわっていた七夕は以前ほど盛大には行われなくなった。

戦争による不景気が真剣な問題になっていた。そのなかで、近江（2008）によれば、仙台商人は経済復興を目指し、1926年に商店街で「七夕祭り連合大売出し」が登場したという。「この成功を機に従来の仙台七夕とは趣きを異にする、商店街の七夕が登場してくることになる。」と述べている。そして、仙台市は、商店街で行う七夕が当時から続き、現在も中心部の商店街が会場となっている。

また、仙台七夕まつりの公式サイトには次のように書かれている。

不景気を吹き飛ばそうと（…）商家の有志達が仙台商人の心意気とばかりに、華やかな七夕飾りを復活させました（大町五丁目共同会で、会長の佐々木重兵衛氏を中心に、桜井常吉氏、三原庄太氏らが協力して、町内一斉に七夕を飾りつけた）。久しぶりにその光景を目にした仙台っ子達は喝采し、飾りを一目見ようとする人で街はあふれました。（仙台七夕まつり公式サイト）

1926年から始まった「商店街の七夕」は仙台市の経済に拡大な影響をもたらした。近江が述べた通り、仙台の七夕はこれまでの七夕と形が随分異なっていた。景気のために力を注いでいた商人のおかげで、この形の七夕は名物とみなされ始めた。1947年に現在の仙台七夕を象

徴するくす玉が使われ始めた。そして、当時の形の七夕の象徴が確立された。その象徴は、時間が3日間、旧暦に従って行われること、商店街で装飾を出すこと、そして飾りにはくす玉があることである。仙台風の七夕はほかの地域でも同じような形で開催され始めた。例えば、管田（2007）によれば、現在も日本で大規模な神奈川県湘南ひらつかの七夕まつりは戦災の復興に、仙台七夕をモデルにして1951年から始まったとされている。当時の仙台七夕はすでに有名であったことが推測できる。

1945年仙台空襲後、戦争が終わったが、仙台市への被害が大きかった。1946年より再び復興の活動が活発になった。1947年には公式的に仙台商工会議所が主催者となり、1949年に仙台七夕まつり協賛会が結成された（仙台七夕まつり公式サイト）。

そして、商人は七夕祭を通して経済を復興させようとし、1947年に仙台七夕の名物のくす玉が初登場した。これ以降、くす玉は仙台の七夕には必要不可欠な物となった。

商人の活躍により、商店街が発展しており、江戸時代以降に現在のところの一番町に移動したということがわかる。1965年に一番町の商店街がアーケード街の形になり、天気によらず活動ができる場所になったため、七夕の開催が保証された。

しかし、七夕が都市と商店街の発展により受けた影響としては商業化の問題も挙げられる。七夕と商業化については次の章に書いていく。

6. 仙台七夕まつりの現状と課題

6.1 仙台七夕の概要

まず、現在の仙台七夕まつりの概要について紹介する。主催者にとって「七夕」とはどのような意味を持つのだろうか。公式サイトに掲載されている情報によれば、本イベントの概要は以下の通りである。

名称：仙台七夕まつり

開催日：毎年8月6日～8月8日

開催場所：仙台市中心部および周辺の地域商店街

開催内容：[笹飾り] 仙台駅前から中央通り、一番町通りのアーケード街にかけて七夕飾りがご覧いただけます。また周辺の地域商店街でも昔ながらの素朴な笹飾りがご覧いただけます。（仙台七夕まつり公式サイト）

この情報によれば、いくつかの点が明らかになる。第一に、仙台の七夕は現在でも、旧暦に基づき、8月上旬に開催されている。第二に、開催場所は市の中心部の商店街となっている。最第三に、七夕まつりでは、様々な催しが行われるが、主な見どころは装飾であることがわかる。

また、主催者は仙台商工会議所内の「仙台七夕まつり協賛会」である。この組織によって本格的に運営・開催されるようになったのは1945年以降のことであり、仙台市の経済復興や地域商業との関係が強いと考えられる。

さらに、宮城県公式サイトに掲載されている観光統計概要によれば、2001年以降の仙台七

夕まつりを含め、宮城県で最大のイベント来場者数であることがわかる。このデータによれば、2001 年以降は、県内最大級の観光イベントとして、ほぼ毎年 200 万人を超える来場者数であったことがわかる。例外は、2017 年、2020 年、および 2021 年である。2017 年は大雨と台風の接近により、来場者集が例年より少なくなったとされる（「仙台七夕 泣きっ面に風」『河北新報』朝刊, 2017/08/09, p. 1）。2020 年は新型コロナウイルス感染拡大の影響により中止され、2021 年は規模を縮小して実施された（仙台七夕まつり公式サイト）。

6.2 商業化について

5 章で述べたように、祭りが商業的性格を強めていく過程において、伝統的な仙台七夕まつりにも商業化への変遷が進んだと考えられる。ここでいう「商業化」とは、利益を得る目的で祭りを運営することを指す。その影響については、市民の間でも様々な意見が見られる。『河北新報』に掲載された市民の声を通じて、その実態を探る。

1998 年 8 月 5 日付の『河北新報』夕刊には、七夕まつりと商人との関係について以下のような記述がある。

「星祭り」を待ち焦がれていたのは、ほかならぬ地上の商魂だった—と、言われたこともある仙台七夕。復活以来、仙台の商売にとって最高の書き入れ時であることは今も昔も同じだ。ただ、吹き流しの陰から、突然営業用カメラマンが現れたり、風に揺れる短冊の音も消す呼び込みが聞こえては興ざめする。

（「仙台商人の心意気期待」河北新報夕刊 1998/08/05）

この記述からは、戦後の仙台七夕まつりが地域商業と深く結びついていたことと、そしてその経済的側面が市民にとって必ずしも歓迎されていなかったことがうかがえる。経済活性化という意味では一定の成果を挙げているものの、市民や観光客にとっては雰囲気損ねる要素となる場合もある。

また、来場者の中には祭りの風景を記憶に残したいと考える者も多いため、カメラマンの存在は仕方ないことになったものの、過剰な音声の広告などは問題視されてきた。実際、1988 年以降は音量の制限が行われ、1997 年 9 月 10 日付河北新報夕刊の「地域とともに生きる」の記事によれば、市民の苦情を多く受けて、売り子によるマイク使用を自粛する動きが広がったとされる。

こうした対応からは、商人たちが市民の声や七夕の雰囲気を尊重する姿勢を見せ始めたことが読み取れる。商業化がすすみながらも、伝統や文化を守るという意識が次第に醸成されていたのである。

一方、商業化が過度に進めば、祭りの伝統が薄れてしまい、地域住民が運営に関わる機会が減少する懸念も指摘されている。かつて各家庭や町内会で担われていた行事が、経済や観光のプロモーションに変質してしまう危険性もある。

こうした中、主催者の仙台七夕協賛会も、「仙台商人」という言葉がネガティブな印象を持たれるようになったことを自覚し、対応を始めている。1997 年 9 月 10 日付の記事では仙台商

工会青年部連合会の千葉哲史会長が次のように述べている。

「仙台の商工業は大手企業の発注や官需に依存してきた。“仙台商人”が悪いイメージの言葉になってしまったのは、そんな中で市民に向き合う姿勢を失っていったからではないか」
（「地域とともに生きる」1997/09/10 河北新報夕刊）

このような反省に基づき、七夕祭りの運営方針にも見直しが図られ始めた。その中で、商業活動の問題が認識され、その対策が検討され始めた。最も重要なのは、七夕の「原点」に立ち返り、その本質を再認識することである。同記事は、主催者の姿勢として以下のような見解が紹介されている。

七夕の原点は『売るため』ではなく、とことん地域の人に喜んでもらおうという、地域とともに生きる商人のサービス精神であることを理解することが、商店街活性化の大前提だ。（「地域とともに生きる」河北新報夕刊 1997/09/10）

この発言は、仙台七夕まつりの本質が単なる商業活動ではなく、地域とともに生きる商人の精神にあることを強調していた。主催者は、商業的側面を完全に否定するわけではないが、それが祭りの中心にならないように意識し、市民が楽しめる場を目指していることがうかがえる。

こうした変化を即時に表れるものではない。しかし2020年には、新型コロナウイルス感染症の影響で、商店街の七夕が中止された際にも、地域の文化や伝統を伝承しようとする動きは見られた。例えば、小学生向けにオンラインによる飾り作りのワークショップが実施されるなど、祭りの精神を絶やさない取り組みが行われた。

2020年12月19日付の河北新報朝刊には、次のような市民の声が掲載されている。

祭りの商業化が言われて久しい。悪いことではないが、市民の心が徐々に離れているようにも感じた。せめて、今年生まれた伝承と市民参加の芽を大切に育ててほしい。
（「市民参加の芽次に生かせ」河北新報朝刊 2020/12/19, p.14）

このコメントは、商業化の進展が市民の関心を希薄にする可能性に触れつつも、新たな市民参加の機会や伝統の芽につなぐ重要性を指摘している。商業的な要素が抑制されたことで、七夕本来の「願いを込める」という意味が改めて全面に出されたとも解釈できる。

仙台七夕まつりは、たとえ経済復興や観光活性化の目的で開催されているとしても、伝統や文化の継承という側面を持ち合わせている。その象徴が、毎年発表される公式の宣伝ポスターである。仙台七夕まつりの公式サイトに掲載された、2008以降のポスターには、仙台の歴史や七夕の伝統を象徴するモチーフが継続的に描かれてきた。

2025年のポスターにおいても、「伊達政宗の思いが宿る仙台七夕の伝統美」という言葉とともに、まつりの起源である伊達政宗に関するイメージが強調されている。また、伝統的な「七

つ飾り」のイラストとその名称、さらには織姫と彦星のシルエットなどが描かれ、七夕祭りが単なる観光イベントではなく、地域の歴史や文化、年中行事としての伝統を受け継ぐ存在であることが示されている。

6.3 「静」と「動」の祭りについて

本節は、「静」と「動」の祭りについて考察する。筆者の身近な人々の意見を聞く限り、国籍や年齢に関わらず、「七夕はつまらない」や「やることが少ない」といった感想を何度も耳にしたことがある。実際、東北地方の代表的な6つの夏祭りと比較すると、仙台七夕まつりは確かに動きの催しが少なく、全体的に印象が控えめであるとの印象を受けることも多い。

東北6大夏祭り、すなわち青森ねぶた祭、秋田竿燈まつり、盛岡さんさ踊り、山形花笠まつり、仙台七夕まつり、福島わらじまつり、の中で、仙台七夕まつりを除く5つは、いずれもパレードや踊りを中心としたにぎやかな「動」の祭りである。それに対し、仙台七夕まつは主に豪華な飾りの展示によって構成されており「静」の祭りと位置付けられている。

筆者が河北新報の記事を通して気が付いたのは、この「静」と「動」の祭りの性質の違いに対して、評価が分かれているという点である。否定的な意見の一例として、2001年08月15日付の河北新報朝刊には、次のように仙台市民の感想が掲載されている。

（七夕は）青森ねぶた祭や秋田の竿灯まつりなどと比較するとわくわくするような感じに欠ける

（「七夕の「裏側」に焦点を」河北新報朝刊 2001/08/15）

このように、動きのある催しが少ない点を物足りなく感じる声もある一方で、それを肯定的に捉える意見もある。例えば、2003年8月9日付の同紙には、奈良県出身の観光客の以下のような感想が紹介されている。

仙台市民 「動」の青森ねぶたに対し、「静」の仙台七夕は対照的で良かった。

（「採点」河北新報朝刊 2003/08/09）

さらに、主催者である仙台七夕協賛会も、「静」の仙台七夕まつりの「静」の特性を積極的に打ち出している。

日本を代表する『静』のお祭りとしての魅力と賑わいをさらに活性化させ、仙台七夕まつりを通じた仙台・宮城・東北の魅力発信につなげていきます。

（「仙台七夕まつり協賛会（事務局：仙台商工会議所）様」U-media 2024/07/01）

このように、「静」の祭りであることは、必ずしもマイナス評価されるわけではない。むしろ、仙台市と宮城県が持つ独自の魅力を味わえることや、来場者が自身のペースで落ち着いて祭りを楽しめる点など、肯定的に捉える人も少なくないと考えている。

仙台七夕まつりは他の夏祭りとは異なり、派手な演出は少ないが、それでも人々の願いを象徴する意義深い行事である。したがって、七夕を楽しみたいと考える人は、それぞれに合った楽しみ方を見出し、自身の願いを短冊に込めることで、祭りの本質を体験することができるだろう。

6.4 市民や観光客の参加

仙台商工会議所を中心とする主催者側は、仙台七夕まつりが「静」の性質を持ち、商業化が進んでいる点に課題意識を持っており、企業も来場者が参加しやすい参加型の祭りを志向しているようである。これに応じる形で、市民の自発的な取り組みによって生まれたイベントも多数存在している。

まず、仙台七夕まつりにおける市民主導のプロジェクトとして、いくつかの具体例とその起源を紹介したい。

第一に、「仙台平和の七夕」が挙げられる。その公式サイトから次のような情報が読み取れる。七夕の初日は「ヒロシマ原爆被災の日」（8月6日）で、最終日の翌日は「ナガサキ原爆被災の日」（8月9日）に重なる。この背景から、1967年に公益財団法人仙台YMCAが「平和を祈る七夕市民の会」を設立し、約2千羽の折り鶴を折って、広島から送られてきた折り鶴と吹き流しに連結させ、平和を訴える星まつりが登場し、現在まで毎年行われている。この取り組みが、平和を願う市民の活動として位置づけられる（仙台平和七夕公式サイト）。

第二に、2011年8月5日付に河北新報に掲載された記事によれば、東日本大震災をきっかけに始まった「児童生徒による故郷復興プロジェクト」がある。これは、「復興折り鶴」とも呼ばれ、震災後の2011年に仙台市内の児童生徒が制作した約8万羽の折り鶴を用いた装飾が七夕に登場した（『復興と鎮魂』七夕に託す」河北新報夕刊, 2011/08/05）。このプロジェクトも毎年続いており、やがて仙台七夕まつりのメインのアトラクションの一つとなった。

第三に、「平和祈念七夕」がある。2023年8月7日付の河北新報に掲載された記事によれば、これは2022年のロシアによってウクライナへの侵攻が起源とされ、2023年に始まった「平和の七夕」に似ている祈念である。2023年に仙台ユネスコ協会青年部によってはじめられ、2025年から東北大学グローバルラーニングセンターと共催されている（「平和実現 思いはせる」河北新報朝刊, 2023/08/07, p. 13）。世界各地で紛争が続いている中で、人々が平和を願い続けている現実を背景に「平和」をテーマに掲げた活動である。この取り組みは、仙台七夕祭りを「希望の象徴」として再定義しようとする意図が読み取れる。

以上のプロジェクトに共通するのは、いずれも市民の願いや価値観が明確に反映されている点である。特に、平和や健康といった普遍的な願いが中心にある。

さらに、仙台七夕まつりでは、高齢者支援を目的とした飾り設置や撤去の作業の補助や、駅での来場者案内など、市民が実行者あるいは受益者となる多様なボランティア活動も展開されている。

また、仙台七夕まつり公式サイトから、2025年の祭りに参加型の催しも多数あることがわかる。その中には、来場者向けの、写真コンテスト、スタンプラリー、ワークショップ、ミニ七夕づくりといったものがある。これらのイベントを通して、一般的な「観覧」から「参加」

への展開が目的とされており、従来「静」のイメージに新たな意味を付与するものである（仙台七夕まつり公式サイト）。

7. おわりに

仙台七夕まつりは、商業化が進んでいる現代においても、単なる観光イベントや経済活動の一環にとどまらず、市民にとって地域に根ざした大切な文化行事として存在し続けている。

七夕の起源は平安時代の宮廷行事にさかのぼるが、長い歴史の中で形を変え、江戸時代以降は仙台の商人たちの活動を通じて庶民的な行事として地域に定着した。特に戦後、商店街を中心に飾られる「吹き流し」や「七つ飾り」などの装飾が広く知られるようになり、仙台七夕は全国最大規模の七夕祭りとして発展した。

しかし、その発展の一方で、過度な商業化により、祭り本来の意味や市民の関与が薄れてしまうという懸念も指摘されてきた。七夕の核は「星に願う」行為にあり、これは今も多く市民にとって重要な意味を持っている。願いの多くは平和や健康といった普遍的なものであり、たとえ宮廷風俗が失われても、この「祈りの精神」がある限り、七夕の文化は生き続けると言える。

一方で、他の東北六大夏祭りのように、踊りやパレードといった市民の直接参加の機会が少ないことは、今後の課題である。現在の仙台七夕は主に商工会議所が運営しており、一般市民は観客としての関わりにとどまりがちである。だからこそ今後は、「見る祭り」から「参加する祭り」への移行が求められている。

実際に、これに対して主催者側も変化を模索している。実際に仙台七夕協賛会の代表者は、2022年に「市民・企業参加型への改革を検討中」と明言している（「市民・企業参加型へ改革」河北新報 2022/11/24）。この発言は、主催側が商業中心型の運営に限界を感じており、より多くの市民や地元企業の積極的な参加を促す方向へと舵を切ろうとしている証である。

その一環として、2023年には企業や大学の参加を促す「七夕飾りバンク制度」が導入され、より多様な主体が七夕まつりの担い手となる仕組みが整備されつつある。

また、コロナ禍を経た2024年、鳴海や紙商事の鳴海幸一郎さんは「祈りの行事としての原点が見直された」とポジティブな感想を述べている（「まつりの変遷」河北新報夕刊 2024/08/07）。これは、単なる装飾や経済効果ではなく、人々の心に寄り添う行事としての七夕の価値が再評価されていることを示しており、商業偏重への反省とも捉えられる。

結論として、仙台七夕まつりは、都市の経済や観光を支える重要な要素であると同時に、地域住民の心のよりどころでもある。商業化と伝統の間で揺れ動く中でも、「星に願いを込める」という七夕本来の精神が失われない限り、この祭りは仙台の誇りとして生き続けるだろう。今後も、市民、観光客、企業がともに関われる形で、地域文化としての七夕まつりの未来を築いていくことが求められている。

参考文献

書籍

青木宏一（2006）『江戸庶民の楽しみ』中央公論新社

近江恵美子（2007）『仙台七夕まつり：七夕七彩』イーピー風の時編集部
近江恵美子（2008）『仙台七夕伝統と未来』大崎八幡宮
菅田正昭（2007）『日本の祭り：知れば知るほど』実業之日本社
仙台市文化財調査報告書（2010）『仙台の七夕飾り・仙台の竹細工』第375集，仙台旧城下町
に所在する民俗文化財調査報告書7，仙台市教育委員会
正木久仁，杉山伸一（2019）『47都道府県・商店街百科』丸善出版
三原良吉（1971）『仙台七夕と盆まつり：その由来と伝承』宝文堂出版

ウェブサイト

"江戸時代", 日本大百科全書（ニッポニカ）, JapanKnowledge, <https://japanknowledge.com>, (閲覧
2025/07/02)
"仙台城", 日本大百科全書（ニッポニカ）, JapanKnowledge, <https://japanknowledge.com>, (閲覧
2025/07/02)
仙台七夕まつり公式サイト, <https://www.sendaitanabata.com/> (参照 2025/07/02)
仙台平和七夕公式サイト, <https://www.sendai-heiwa-tanabata.com/> (閲覧 2025/07/20) "たな-ばた
【棚機・織女・七夕】", 日本国語大辞典, JapanKnowledge, <https://japanknowledge.com>, (参照
2025/06/04)
宮城県観光統計概要, 宮城県公式サイト, <https://www.pref.miyagi.jp> (閲覧 2025/07/02)

新聞記事、オンライン記事

「採点」『河北新報』朝刊, 2003/08/09
「市民参加の芽次に生かせ」『河北新報』朝刊, 2020/12/19, p.14
「仙台七夕 泣きつ面に風」『河北新報』朝刊 2017/08/09, p.1
「仙台七夕まつり協賛会（事務局：仙 台商工会議所）様」U-media, <https://www.u-media.jp> (閲
覧 2024/07/01)
「七夕の「裏側」に焦点を」『河北新報』朝刊, 2001/08/15
「地域とともに生きる」『河北新報』夕刊, 1997/09/10
「東北三大祭りの人出」『河北新報』朝刊, 2017/08/09, p.27
「『復興と鎮魂』七夕に託す」『河北新報』夕刊, 2011/08/05
「平和実現 思いはせる」『河北新報』朝刊, 2023/08/07, p.13

日本のファッション企業が取り組む環境活動の事例 —RE-UNIQLO プロジェクトを例に—

金 素莉 (KIM Sori)
(韓国・国立釜山大学)

1. はじめに

チリのアタカマ砂漠には、衣類の不法投棄によって形成された「服の墓場」と呼ばれる場所がある。ここには、アメリカ、ヨーロッパ、アジアなど世界各国のファストファッション企業によって廃棄された衣類が山積みとなっており、「ファストファッションの墓場」とも呼ばれている。アタカマ砂漠には年間約6万トンの服が捨てられており、そのほとんどがポリエステル素材で作られているため、自然に分解されない。最終的に焼却する以外の方法はなく、その過程で深刻な環境問題が発生する (BBC NEWS KOREA, 2022)。このように、ファストファッションが生み出す廃棄物の問題は、地域だけでなく、地球規模の課題となっている。

こうしたファストファッション業界を代表する企業の一つが、日本のグローバルアパレル企業、株式会社 Fast Retailing (以下、Fast Retailing 社) である。ユニクロやジーユー、セオリーなどの様々なブランドを展開し、2024年8月期の連結売上収益は3兆1,038億円に達するなど、著しい成長を遂げている (Fast Retailing 公式ウェブ)。Fast Retailing 社会長兼社長の柳井正氏は、「ユニクロは、流行をいち早く追う他のアパレル企業とは異なり、高品質かつファッション性のあるベーシックウェアであり、着心地が本当に良く、誰もが手の届く価格で日常着を提供することを目指している」と述べている。こうした理念が、ユニクロの高い人気を支える要因となっている。手頃な価格と、日常生活に自然に溶け込むデザインが、多くの人々の生活に定着したといえる。しかし、こうした人気を得ている企業が、環境問題に対してどのような取り組みを行っているのかを確認することは、極めて重要である。

2. 研究意義

近年、消費者は単に物を購入することが「消費」だとは考えなくなりつつある。購入時には、環境保全や人権尊重といった社会的側面に配慮し、自らの価値観に合致するブランドや企業を選ぼうとする意識が高まっている。

こうした消費活動の変化は、消費に倫理的判断を加えるという新たな潮流を生み出している。日本の消費者庁 (2017) によれば、こうした価値観に基づいて商品や企業を選ぶ人々は「エシカル消費者」と呼ばれている。彼らは、価格の安さだけでなく、企業の倫理的な姿勢や社会的責任を重視し、たとえ価格が高くとも理念に共感できる企業の商品を選ぶ傾向にある。

このような消費者意識の変容に対応するためには、グローバルに展開するファッション企業である Fast Retailing 社も、環境問題に対してより積極的かつ誠実に取り組む必要がある。単なるマーケティング戦略として環境対策を打ち出すのではなく、企業としての社会的責任を果たす姿勢が、今後一層求められていく。

本研究では、Fast Retailing 社の環境への取り組みを明らかにすることで、消費者の立場から

企業に求められる責任や持続可能な社会の在り方を考察する点に意義があると考える。

3. 研究目的と方法

本研究の目的は、日本のファッション企業であるユニクロにおけるリサイクル活動の現状を把握し、同社が環境問題に対してどのような具体的取り組みを行っているのかを検討することである。

情報源としては、Fast Retailing の公式ウェブサイトに掲載された資料及び同社が発表した報告書・リリースに加え、書籍『会社に良いことをする：ユニクロ柳井正に学ぶサステナビリティ』（北沢, 2024）を参照する。

調査対象は、株式会社 Fast Retailing グループの一つである株式会社ユニクロの中でも、特にリサイクル活動について調査・分析を行う。具体的には、各活動の目的・方法・成果を整理し、リサイクル活動の実態やその意義、今後の展望について考察を行う。

4. Fast Retailing 社のリサイクルの現在の活動例 - RE.UNIQLO プロジェクト

RE.UNIQLO プロジェクトは、ユニクロが環境問題に対応するために推進している循環型衣料ビジネスである。この取り組みは、着用しなくなった衣類に新たな価値を付与し、他の場所で再利用できるようにすることで、資源の循環と社会貢献の両立を目指している。

本活動は日本国内で始まり、現在は世界各国へと拡大して展開されている。全国すべてのユニクロ店舗には回収ボックスが設置されており、顧客は着なくなったユニクロ製品を回収ボックスに持ち込むことができる。

回収された衣類は、仕分けの工程を経て、「そのまま再使用できるもの」と「再加工が必要なもの」に分けられる。再使用可能な服は、ニーズに応じて分類され、再び着れる状態に整えられるか、難民キャンプや支援を必要とする地域に寄贈される。一方、再加工が必要な衣類のうち、ダウンやフェザー素材は新たな製品の原料としてリサイクルされ、それ以外の製品は断熱材や防音材などの資材として再利用される。

このように、RE.UNIQLO の活動は、衣類廃棄物の削減と、資源循環型社会の実現を目指し、消費者参加型の新しい環境活動として注目されている。本章では、RE.UNIQLO の取り組みを REDUCE（廃棄削減）、REUSE（再使用）、RECYCLE（再資源化）の三つの視点から整理し、それぞれの具体的な内容と意義を明らかにする。

4.1 REDUCE

REDUCE とは、衣類の廃棄を可能な限り削減することを目的とした取り組みである。ユニクロでは、店舗内に設置された「RE.UNIQLO STUDIO」を拠点として展開している。

RE.UNIQLO STUDIO では、擦り切れや穴あき、ボタンの欠損などにより着用できなくなった衣類や、長期間着用されずに保管されていた衣類に、再び価値を与える機会が提供されている。ここでは、大きく分けて以下の二つの活動が行われている。

4.1.1 REPAIR

REPAIR は、損傷した衣類を修繕することで再び着用可能にするサービスである。REPAIR 活動の目的は、服の寿命を延ばすことで、ユニクロの製品やブランドに対する顧客の愛着や価値を高めることにある。また、このプロセスを通じて、顧客が衣類を簡単に廃棄することを避けるきっかけとなり、結果として衣類廃棄物の削減へとつながる点にも意義がある。

修繕サービスでは、衣類の種類や損傷の程度に応じて多様な修繕方法が提供されており、顧客は環境に貢献しながら自分に合ったサービスを体験することができる。以下の表 1 は、Fast Retailing 社の公式ウェブサイトで紹介されているリペアサービスの主な内容を整理したものである。

表 1 REPAIR サービスの内容

カテゴリー	修繕内容	修繕範囲・条件
T シャツ	穴直し	直径 1cm 以内
	裂け直し	2cm 以内
ジーンズ	股ずれ	既存の縫い目に重ならない箇所
	穴直し	縫い目に重ならない部分
	縫い目ほつれ	ミシンで修繕可能
ニット	穴・破れ直し	穴 1cm 以内、破れ 2cm 以内、刺繍可能
	裂け・ほつれ直し	裂け 2cm 以内、ほつれ 10cm 以内、大きな損傷なし
	かぎ裂き	2cm 四方以内、生地の損傷ほとんどなし
ダウン（中綿）	縫い合わせ直し	2cm 四方以内、中綿の交換不可
	パッチ直し	同色・異素材対応可、 パッチ上に刺繍追加可能（＋追加料金）
カジュアルシャツ	襟ほつれ・擦り切れ	1cm×10cm 以内、ミシン修繕
シャツ類（ボタン付製品）	ボタン付け	ボタンはお客様持参、1 個につき料金発生
ファスナー商品	縫い目 ほつれ直し	裾・脇の部分のほつれ直し 3cm 以内
	スライダー交換	オープンタイプのファスナースライダーのみ対象

（出典：Fast Retailing 公式ウェブサイトを参考にして作成）

表 1 からわかるように、リペアサービスでは衣類ごとに具体的な修繕の範囲と条件が明記されており、顧客の希望に応じてオーダーメイドの修繕を受けることができるよう体系化されている。

4.1.2 REMAKE

RE.UNIQLO STUDIO では、顧客が持参した衣類を希望のデザインにカスタマイズしたり、新たな製品として生まれ変わらせたりする REMAKE（リメイク）活動が行われている。この活動は、刺し子刺繍やパッチ、ステッチなどの技法を活用し、衣類に新たなデザインと価値を加えることを目的としている。これにより、顧客は創造的な体験を楽しむとともに、環境保護に直接参加し、衣類の使用寿命を延ばすことが可能になる。

刺繍サービスには主に二つの方法が用意されている。一つは、テンプレートからデザインを選ぶ方法で、過去に購入した商品や当日店舗で購入したユニクロ製品に刺繍を施すことができる。衣類の素材や状態によっては対応できない場合もあるが、比較的安価な 700 円から利用可能であり、顧客は着慣れた衣類を新たな一着のように再利用することができる。もう一つは、オリジナルデザインを制作し、それを刺繍として施すものである。こちらもユニクロ製品に限定して提供されている。

さらに、ユニクロでは日本の伝統技法である刺し子（SASHIKO）を活用した限定サービスも展開している。刺し子サービスには、パッチとステッチの 2 つの方法がある。パッチはオープンシャツやデニムジャケット、ジーンズなど一部の製品に布を重ねて装飾する方法である。ステッチは、製品に直接刺し子を施す方法である。刺し子は、もともと衣類の耐久性を高め、装飾を加えるために発展した日本の伝統的な刺繍技法であり、この文化を現代のリメイク活動に取り入れることで、新たな価値創造が図られている。

このように、RE.UNIQLO STUDIO は、顧客と企業が対話を重ねながら、顧客が持続可能な社会に貢献できる場として機能している。RE.UNIQLO STUDIO は、2021 年 8 月にベルリンの店舗で開始され、2022 年 1 月にはニューヨーク・ソーホー店舗、さらにシンガポールやマレーシアへと拡大していった。現在では、日本国内の 17 店舗をはじめ、米国 7 店舗、英国 7 店舗、韓国 2 店舗など、世界 18 か国にサービスが広がっている。全従業員は無料のワークショップを通じて研修を受け、企業と従業員、顧客が一体となって環境意識を共有し、持続可能な活動を推進している。

4.2 REUSE

リユース活動とは、着用しなくなった衣類に新たな役割を与え、その寿命を延ばすことで、資源の循環と社会的貢献の両立を図る取り組みである。ユニクロのリユース活動は、大きく二つの方法に分類される。

第一に、店舗内に設置された回収ボックスを通じて顧客から不要となった衣類を集め、状態の良いものを選別して、難民キャンプや被災地、支援を必要とする地域などに寄贈する活動である。このような活動は、単に衣類の廃棄を避けるだけでなく、難民問題をはじめとするグローバルな社会課題の解決にも貢献している。実際に、ユニクロは 2024 年 8 月時点で累計 5,897 万点の衣類を 81 の国や地域に寄贈しており、その内訳は、アフリカ約 4,300 万点、アジア 814 万点、中東 580 万点にのぼる。

第二に、回収された衣類の一部は専門的な洗浄やメンテナンスを施した上で、日本国内の染

色工場で再染色や酵素処理による毛玉・毛羽立ちの除去などの加工を行い、新たな製品として再生する活動である。最終的な検品を経て販売可能な状態と判断された衣類は、「古着プロジェクト」を通じて手頃な価格で消費者に販売されている。

このプロジェクトは、単なる販売にとどまらず、収益の一部を寄付に充てることで、循環型社会の実現に寄与している点が特徴である。現在、「古着プロジェクト」は日本国内では東京の世田谷千歳台店、福岡の天神店、群馬の前橋南インター店の三店舗で展開されており、対象商品は通常の店舗販売とは区別され、専用のコーナーで取り扱われている。

これらのリユース活動は、衣類の再利用という枠にとどまらず、資源の有効活用と企業の社会的責任を体現する、持続可能なビジネスモデルとして高く評価できる。なお、これらの取り組みについては、朝日新聞などのメディアにおいても取り上げられており、実際の運営状況や社会的影響が確認されている。今後もこうした外部情報を参考にしながら、活動の進展と課題を継続的に注視していく必要があるだろう。

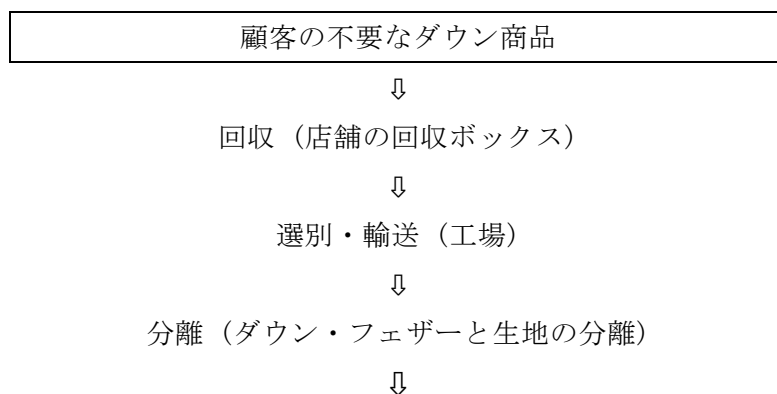
4.3 RECYCLE

ユニクロでは、衣類を単に再使用（REUSE）するだけでなく、すでに衣類としての使用が難しくなった製品についても、新しい素材や資材、燃料として再利用する取り組みを進めている。この活動の目的は、着られなくなった服をただ廃棄して無駄にするのではなく、新たな資源として活用し、廃棄物の削減及び温室効果ガスの排出抑制につなげる点にある。ユニクロのリサイクル活動は、主に二つの方法に分類される。

4.3.1 ダウンリサイクル

この活動では、使用済みのユニクロのダウン製品を店舗内の回収ボックスを通じて回収し、それを再びダウン製品へと生まれ変わらせる活動である。これまでは、着用できなくなったダウン衣類は廃棄されることが一般的であったが、現在では「服から服へ」を目指す新たなアプローチが採用されている。環境への配慮として、既存のダウンを解体し、新たなダウン製品を製造する時代が来たと言える。リサイクルの具体的な流れは、以下の6つの段階に分けられる（表2参照）。

表2 ダウンリサイクルの具体的プロセス



再利用のダウン・フェザーの取り分け



ダウン・フェザーの洗浄・乾燥・再生処理



新製品として製造・出荷



再び使用され、不要になれば回収ボックスへ戻る

(出典：Fast Retailing 公式ウェブサイトを参考にして作成)

4.3.2 断熱材・防音材へのリサイクル

回収された衣類のうち、再使用が困難な衣類は、資材やエネルギー源として再活用されている。例えば、2023年4月に開業したユニクロ前橋南インター店では、外壁断熱材の約30%に回収衣類を細かく裁断したリサイクル素材が使用された。また、不要となった約22枚（約4.3kg）のTシャツを細かく加工し、自動車の防音材へと再利用する方法も導入されている。この素材は、車の走行時に発生するエンジン音や電気自動車の高音域の騒音を抑える効果がある。

さらに、リサイクル工程で活用できない部分や繊維くずは、高カロリー固形燃料（RPF: Refuse Paper and Plastic Fuel）へと再生される。RPFは、使用済みのプラスチックや紙、木材などを原料として作られ、石炭の代わりとなる燃料として活用されている。新しく作り出されたRPFは製紙工場のボイラーで熱エネルギー源として活用されている。これにより、ユニクロは最終段階においても資源を無駄にせず、循環させる仕組みを構築している。

このようなリサイクル活動の具体的な例として、2024年にはスウェーデン代表チームに提供した公式ユニフォームにリサイクル素材を導入した。店舗で回収した衣類の一部をリサイクルし、スウェットやTシャツなど16アイテムに採用し、合計5,400着のユニフォームを製作した。この活動では、リサイクル素材の使用が50%であり、過去の東京大会での約33%と比べて大きな進展を示した。また、主素材に関わる温室効果ガスの排出量も約50%削減される成果が得られた。このように、ユニクロは単なる再使用に止まらず、既に生産された資源を再び資源化し、それを製品に循環的に活用する新たな取り組みを進めている。

5. おわりに

本研究では、ユニクロ社が環境問題にどのように取り組んでいるのか、具体的にどのようなリサイクル活動を展開しているのかを明らかにした。

ユニクロは、RE.UNIQLO STUDIOや店舗内の回収ボックスを活用し、着用できなくなった衣類をリメイク・リペアすることで再利用可能にするほか、再加工を経て古着として再販売したり、難民地域へ寄贈を行ったりするなど、多様な形でリユース活動を展開している。また、ユニクロは、ダウン製品を新たなダウンとして再生したり、再生素材を用いた新商品の開発、さらに再利用が難しい素材を断熱材や燃料に変えたりなど、幅広いリサイクルの取り組みを実践している。このように、ユニクロの活動は「資源の循環」を中心にして、消費者が不要な衣

類を捨てるのではなく、積極的に循環に参加できる機会を作っている点が特徴である。さらに、こうした参加型の取り組みは、近年注目されるエシカル消費の動きとも深く関わっており、消費者が企業と価値観を共有しながら環境課題に取り組むという点で、消費者側にも大きな社会的意義がある。なお、これらの活動は単なるマーケティング戦略にとどまらず、一定の実績と継続性を持って実際の行動を伴う取り組みであることが確認できた。一方、韓国においては、ユニクロ韓国公式ウェブサイトによれば、RE.UNIQLO STUDIO を設置している店舗はソウルのロッテモール店とテグのトンソン口店の2店舗に限られており、日本外のグローバルな消費者がこうした取り組みに参加できる機会は依然として限定的であるという課題が残されている。

今後は、消費者の認知向上や参加拡大に向けたプロモーションが必要であると考えられる。また、消費者との協働だけでなく、製造・輸送などサプライチェーン全体における温室効果ガス排出のさらなる削減、再生素材の活用拡大も求められるだろう。Fast Retailing は、「2050 年までにサプライチェーン全体で温室効果ガス排出量を実質ゼロにする」という目標を掲げており、今後もその具体的な進捗と実効性を消費者の立場から評価し、注視していく必要がある。

参考文献

北沢みさ（2024）『会社に良いことをする：ユニクロ柳井正に学ぶサステナビリティ』プレジデント社。

消費者庁（2017）「エシカル消費とは」

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/ethical/about/（最終閲覧：2025-06-16）

FAST RETAILING（2024）「グループ企業ニュース：アスリートの声で進化した The High-Performance Simplicity of LifeWear スウェーデン代表に夏季大会用公式ウェアを提供 ユニクロ初、回収衣料で開発したケミカルリサイクル素材を採用」

<https://www.fastretailing.com/jp/group/news/2405141700.html>（最終閲覧：2025-07-09）

FAST RETAILING（2024）「LifeWear を活かし続ける取り組み」

<https://www.fastretailing.com/jp/sustainability/products/recycle.html>（最終閲覧：2025-07-09）

FAST RETAILING（2025）「ファーストリテイリングについて」

<https://www.fastretailing.com/jp/about/business/aboutfr.html>（最終閲覧：2025-07-09）

FAST RETAILING（2016a）『アニュアルレポート 2015』

UNIQLO Korea（2024）「RE.UNIQLO STUDIO」<https://www.uniqlo.com/kr/ko/special-feature/reuniqlo-repair-studio?srsId=AfmBOorRM7tTZ5MUqnDkl9k9nI1OYq0cS5Mh0DctKD5dYOOpWIzKjLoZ>（最終閲覧：2025-07-24）

UNIQLO Sustainability（2024）「RE.UNIQLO」

https://www.uniqlo.com/jp/ja/contents/sustainability/planet/clothes_recycling/re-uniqlo/（最終閲覧：2025-07-09）

BBC NEWS KOREA（2022）「환경 : 헌 옷 무덤으로 변한 칠레 사막... ‘패스트 패션’의

이면」 <https://www.bbc.com/korean/features-60107169>（最終閲覧：2025-06-16）（筆者訳）「環境：古着の墓に変わったチリの砂漠...『ファストファッションの異面』」

日本における移動販売の変遷とその社会的役割

―屋台からキッチンカーへ―

ピティヤーピロム ナリッサラー (PITIYAPIROM Narisara)

(タイ・タマサート大学)

1. はじめに

「移動販売」とは、中小企業基盤整備機構によると、「販売用に改造した自動車を用いて、場所を固定せずに販売する業態」と定義されている。実際には、リヤカーを牽引するタイプや、自動車・トラックを改造したものなどが用いられ、主に飲食物の販売に活用されている。このような現代的な移動販売の形態は、技術の進歩や都市環境の変化に対応する中で生まれたものであるが、その起源を辿ると、日本には古くから「屋台文化」と呼ばれ、移動型の商いの形が存在していた。

近年、日本における屋台文化はその姿を徐々に変えつつある。かつて江戸時代には、都会の盛り場など人が集まる場所において、簡便な食べ物を提供する屋台を行う店が多かった（原田 2017, p. 12）。火事の多かった江戸で人々の住居に対する思いを軽くし、その日暮らしの楽しみのターゲットとして食に向かわせたという（大久保 2012, p. 19）。

現在、日本の屋台営業形態としてよく知られているものは、福岡市などで見られる道路に設置された移動式の飲食店であり、観光地として有名である。餃子や焼鳥などの屋台が立ち並び、夕方から夜中にかけて賑わいを見せている。しかし、屋台文化は全国的に減少傾向にある。その要因の一つとして、日本では屋台を営業するためにさまざまな許可や申請が必要であり、営業を継続することが容易ではない点が挙げられるのではないだろうか。また、日系コンビニエンスストアでは、弁当の販売や店内での簡易調理による「中食」サービスを発展させてきており、将来的には屋台で提供されているような商品もコンビニエンスストアで調理・販売される可能性がある指摘されている（佐藤寛 2021, p. 237）。こうした状況も、屋台文化の存在感を薄れさせ、消滅へと向かう一因となっていると考えられる。

一方、タイでは屋台が日常生活に深く根付いており、安価で手軽に食事ができる場として多くの人々に利用されている。それに対し、日本では屋台は特定の場所やイベントに限定されることが多く、より形式的な印象を受けた。そこで本稿では、歴史的背景を踏まえつつ、現代の日本における移動販売のあり方について考察していきたい。

2. 研究の目的および研究方法

本研究の目的は、日本の屋台文化の歴史を踏まえ、現代まで維持されている特徴と変化した点、また現代における移動販売の社会的役割を考察することである。

研究方法：

1. 江戸時代から現代に至るまでの屋台文化に関する文献や新聞記事、関連資料を収集・整理し、歴史的背景と変遷を把握する。
2. 収集した文献資料をもとに、過去と現在の屋台文化を比較・分析し、移動販売の社会的役割の変化を検討する。

3. 用語の定義

本レポートでは、「キッチンカー」と「屋台」という二つの用語を扱う。両者はどちらも移動販売の一形態であるが、その構造や営業形態には明確な違いがあるため、以下に定義を示し、用語の統一を図る。

3.1 キッチンカー

「キッチンカー」とは、日本経済新聞社によると、「移動販売車のうち、調理設備を備えた車両」を指す。車内調理設備を完備したキッチンカーは、販売促進活動の一環として活用されており、保健所の許可を受けて食品を提供する。また、最近のトレンドでは、都市中心部でのランチ営業や他のイベントにも多数出店しており、被災地支援など、活用の方が広がっている。

3.2 屋台

日本国語大辞典によると、屋台はこのように定義されている。

小さい家の形をした台。祭礼などの際、中に御神体をまつり、持ち運ぶようにしたもの。また、台車をつけ人形、かざり、囃子方（はやしかた）などをのせてねり歩く道具。特に踊屋台のこと。また、底抜け屋台もある。だし。ねりもの。

つまり、屋台の起原は神聖な場で使われる宗教的・儀式的な意味を持つ道具であったことがわかる。現代の食べ物を販売する屋台とは異なり、当時は祭礼の中で神をまつたり、芸能を披露したりするための「動く舞台」のような存在であった。

以上の定義から、屋台とキッチンカーはいずれも「移動して営業できる」という共通点を持ちながらも、キッチンカーは現代の法制度や衛生基準に適合した、より制度化された販売形態であるのに対し、屋台は伝統的で簡易なスタイルとして位置づけられることが分かる。

特にキッチンカーは、営業許可制度や保健所の基準が整備されているため、安心・安全な食品提供が可能であり、消費者からの信頼を得やすいという、現代の特徴を持っている。さらに、災害発生時には被災地で温かい食事を提供する臨時拠点としても機能するなど、地域のレジリエンス強化に寄与する重要な役割も果たしている。このように、キッチンカーは現代社会においてますます有効に使われ、発展していくことが期待されるものである。こうした点から、本レポートでは、キッチンカーに注目し、考察を進めていく。

4. 日本における移動販売の歴史

江戸時代の歴史を見ると、江戸・大阪・京都といった大消費地には全国から商品が集められ、各地に市場が形成されていた。その中で、天秤棒を担いで商品を売り歩く「振り売り」という販売形態が発達した（荒尾、2021）。

こうした背景を踏まえると、日本における現代の屋台やキッチンカーは、「振り売り」を起源として、時代とともに形態を変えながら発展してきたと考えられる。

4.1 屋台の誕生

日本の移動販売の起源は江戸時代にさかのぼるとされている。江戸時代を通して多くの単身男性が流入していたため、簡単に済ませられる食事が求められていた。

4.1.1 屋台が集まる「ハレ」の空間

原田（2014、p. 126）は屋台が集まる所に屋台が必ずあるということを以下のように述べている。

非日常ないわば「ハレ」の空間だったが、さまざまな遊興の場所、盛り場や各地の名所、寺社の門前である。そこには必ず食の楽しみがあり、それを担ったのが小屋掛け程度の茶店や煮売りの屋台だった。… 花見・潮干狩り・夕涼み・花火・菊見・紅葉狩りなど季節の楽しみも多く、人出があれば、それを日当てに屋台の商人が集まるのは現代と同じである。

つまり、屋台は花見や祭りといった非日常的な「ハレ」の場に不可欠な存在として、現代の祭りに見られるように、人々の行楽を支え、にぎわいを生む役割を果たしていたといえる。

4.1.2 火除け地でも屋台の出現

森田（2021）によると、1657年に起きた明暦の大火により、市街地は大部分が焼失し、その後の都市改造によって市街地の拡大が進んだという。復興のために全国から多くの職人や労働者たちが江戸に流入し、建設に関わる職人や参勤交代で江戸詰めとなった武将はほぼ男性の単身赴任者であった。そのため、外食の需要が急速に高まり、簡易な食べ物を提供する屋台が成立する要因となったとされている。

さらに、火事が多かった江戸では火事の延焼を防ぐ目的として「火除け地」が設置された。「広小路」や「広道」といった防火空地も整備された。火除地では恒久的な建物の建築は禁じられていたが、やがて仮設店舗として屋台が登場し、住民にとって商業活動の場や盛り場として利用されるようになった。

一方で、火を用いた販売は出火の原因になることが多かったため、うどんやそば切りなど火を持ち歩く商売を禁止するという「町触れ」が出されたこともあった（荒尾美代 2021、p. 68）。それでも、道具一式を持ち運びながら商いを行う形態は多くみられ、それから発展したのが、物売る台に屋根を取り付けた移動可能な「屋台」であった。

4.2 屋台の種類

江戸時代の屋台は車輪のない据え置き型の店舗であり、組み立てや収納が簡単にできることが特徴である。営業場所は人通りが多い広小路や寺社の門前などで、人が集まる場所ならどこでも出店していた。江戸の屋台には主に3種類があり、「担ぎ屋台」、「床店」、「屋台見世」である（村岡祥次 2024）。

表1 江戸の屋台の種類

種類	特徴	代表例	営業スタイル
担ぎ屋台	肩に担いで移動しながら販売。注文があれば路上で商品提供。	そば屋	移動型（路上販売）
床店	特定の場所に設置して立ち売り。解体して他所へ移動も可能。	そば屋など	半固定型（立ち売り）
屋台見世	小型の仮設店舗風で、見た目も店舗に近い。商品展示に重点を置く。	菓子、玩具など	据え置き型（展示重視）

（出典：『江戸食文化の定義（1）』をもとに作成。）

このように、人々の食生活を支える存在として、これらの店は広く利用されていることがわかった。人が多く集まる場所では、屋台や簡易的な仮設店舗の形で飲食物を提供する光景がよく見られ、にぎわいを生んでいる。

5. 日本におけるキッチンカーの営業

日本国内では、ランチを提供するキッチンカーは都心部のオフィス街を中心に広く知られている。出店場所の確保や許認可の申請といった手続きは必要であるものの、固定店舗に比べると参入障壁は低いとされている。また、これらのキッチンカーは、コンビニエンスストアでは十分に対応しきれない利用者の需要を補う役割も果たしている。一方で、空間利用に関する制度は複雑で制約が多く、営業可能な場所が限られているのが現状である（堀岡, 2023）。

5.1 キッチンカーの導入

江戸時代にはすでに屋台が登場していたが、この屋台に車輪が付いて「カー」としての形態が現れたのは1890年頃であるという（読売, 2024）。

その後、日本におけるキッチンカーは、戦後の国民生活が食料事情の悪化や栄養不足という状況にあったことを背景に発展してきたとされる。もともと欧米では、調理設備を備えた車両は「フードトラック」と呼ばれており、第2次世界大戦後には日本でも「キッチンカー」という和製英語として知られるようになった（読売, 2024）。

また、戦後の食糧事情を支えるため、栄養指導車が登場した。例えば、東京の各地を巡回し「栄養のバランスの取れた食事の励行」ということを指導目標（日本栄養士会）として食生活を改善する役割を果たした栄養指導車が挙げられる。

日本国内では1960年代以降、屋台や露店に代わる新たな移動販売の形として、車両を活用した「キッチンカー」が徐々に普及したと考えられる。特にイベント会場や公園、オフィス街、

大学など、固定店舗ではカバーしにくい場所での食事提供を可能にしたことが、キッチンカーの需要を高めた要因である。

5.2 キッチンカーの特性

伝統的な屋台と比較すると、キッチンカーには以下のような特性がある。これらの特性が、現代社会においてキッチンカーが多様な役割を果たす基盤となっている。

表2 屋台とキッチンカーの比較

項目	屋台	キッチンカー
営業形態	台を組み立てて簡易的に設置・撤収が可能	調理設備を備えた車両で移動可能
許可・衛生管理	許可が必要だが規模によっては簡易的な場合もある	保健所の営業許可が必要、衛生基準の遵守が義務
出店場所	お祭り、夜市など限られた場所が多い	都市部、オフィス街、イベント会場など多様
メニューの特徴	昔ながらの伝統メニューが中心	独自メニューや地域食材を活かした多様な料理
柔軟性・機動性	比較的柔軟だが移動距離は限定的	車両での移動が可能で広範囲の出店ができる
社会的役割	地域の伝統文化としての側面が強い	地域活性化、防災支援など新たな社会的役割も

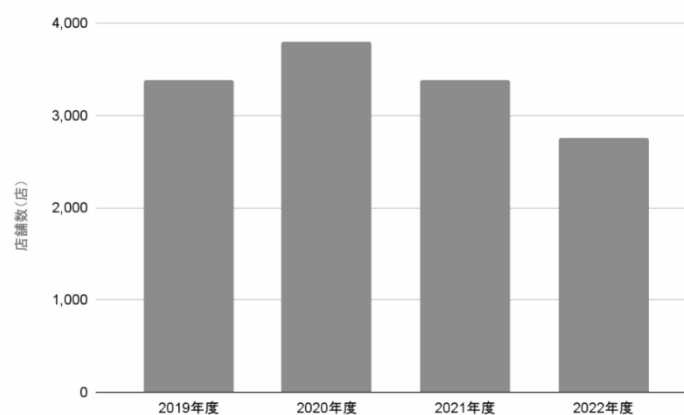
表2から分かるように、キッチンカーには屋台と比較して、いくつかの優れた点があることに気づいた。まず、柔軟性の高さである。キッチンカーは、イベント会場や都市部のオフィス街など、消費者のニーズに応じて出店場所を自由に移動できる点が大きな利点である。また、キッチンカーの運営には保健所の営業許可を取得することが必要であり、これにより衛生面を重視する消費者にも安心感を与えられる。さらに、独自のメニューの提供を通じて地域活性化や観光資源としての役割を果たしている点も特徴の一つであると考えられる。

5.3 キッチンカーの社会的役割

近年、キッチンカーは地域活性化や災害時の炊き出し支援など、従来の屋台文化とは異なる

新たな社会的役割を果たす存在として注目されている。地域のニーズに合わせて多様な形態へと発展し、社会にさまざまな価値を提供している。例えば、1952年7月28日の朝日新聞には、キッチンカーの原型ともいえる「栄養指導車」が紹介されている。これは地域の人々に栄養バランスの取れた食事を届けると同時に、食育を行う役割を担っている。また、2019年に新型コロナウイルス感染拡大により、固定店舗の営業が難しくなる中、キッチンカーは非接触販売やテイクアウト需要の高まりに対応できる形態として注目され、市場が拡大した。

図1 東京都におけるキッチンカーの店舗数の推移



(東京都福祉保健局「食品衛生関係事業報告」各年度版のデータを基に作成)

図1は、2019年から2022年にかけて東京都におけるキッチンカーの店舗数の推移を示している。2019年度の店舗数は3,381店であったが、2020年度には最も多い3,794店に達した。このことから、特に2020年において、感染症対策としての非接触販売の需要によりキッチンカーの存在感が強まったことが分かる。

さらに、東日本大震災、能登半島地震など、大規模災害の際には、地震によって電気やガスが止まった状態でも、発電機やプロパンガスを使うキッチンカーが被災地に出動して炊き出しを行い、温かい食事を提供する炊き出し支援を行っている。実際に、調理設備を車内に備えたキッチンカーの活躍がニュースなどで取り上げられたことにより、キッチンカーは非常時においても柔軟に対応できる便利な存在であるという認識が社会に広がっていった(Yahoo、2025)。また、キッチンカーは、地域イベントやフェスティバルなどでも出店し、来場者に多様な食の選択肢を提供することで、会場を盛り上げるとともに、東京都心のオフィス街などでは、昼食時に働く人々へ手軽で多様なランチを提供し、周辺の飲食店の混雑緩和にも貢献している。これにより、周辺の飲食店の混雑緩和にも貢献している。

6. 考察

本章では、日本の屋台文化の歴史的背景を踏まえながら、現代まで維持されている特徴と変化した点を整理し、さらに現代における移動販売（特にキッチンカー）の社会的役割について考察する。

6.1 維持されている特徴と変化した点

まず、日本の屋台文化は江戸時代から「人々が集まる場所で手軽に食を提供する」という基本的な特徴を維持している点が注目される。火除地や広小路など、都市空間における屋台の存在は「仮設性」と「可動性」に支えられてきた。現代のキッチンカーも同様に、固定店舗を持たずに需要のある場所へ移動して営業できる点で、屋台文化の「機動力」を受け継いでいるといえる。

一方で、技術の進歩や衛生意識の向上に伴い、営業形態や設備面では大きな変化が見られる。特に、保健所による厳格な衛生管理基準を満たすため、キッチンカーには調理設備や給排水設備の設置が義務づけられ、より制度化・近代化された形態へと発展した。これにより、消費者の安心・安全が確保されるとともに、従来の屋台に比べて幅広い層に受け入れられるようになった点は大きな変化である。

6.2 現代における移動販売の社会的役割

現代のキッチンカーは単なる飲食提供の場に留まらず、多様な社会的役割を果たしている。

一つは、地域活性化の担い手としての役割である。例えば、イベントや公園、祭りなどでキッチンカーが出店することで、地域に賑わいを生み出す存在となっている。また、地域の空きスペースを有効活用し、商店街にキッチンカーが柔軟に出店することで、消費者が手軽に多様な食にアクセスできる機会が増えると考えられる。

二つ目は、災害時の炊き出しや非常時支援の拠点としての役割である。近年の災害では、被災地で温かい食事を提供するためにキッチンカーが出動する例が多く見られる。例えば、2011年の東日本大震災では、避難所や仮設住宅での食生活を支える臨時の炊き出し拠点として機能した。キッチンカーは自前の調理設備や給水設備を備えているため、現地ですぐに調理が可能であり、地域の人々にとって緊急時の大きな助けとなっている。

このように、現代のキッチンカーは地域活性化を促す場としてだけでなく、災害時には臨時の炊き出し拠点として人々を支えるなど、多様な社会的役割を果たしていることがわかる。

7. おわりに

以上のように、屋台文化は時代の流れとともに姿を変えながらも、現代ではキッチンカーという形で受け継がれていると言えるだろう。人々の暮らしに寄り添い、必要に応じて場所を変えられる柔軟性や可動性は、昔から変わらない大きな魅力である。

今後は、制度面での課題を乗り越えつつ、地域の中で多様な役割を果たす存在として、さらなる発展が期待される。

参考文献

石毛直道（2015）『日本食文化史―旧石器時代から現代』岩波書店。

佐藤寛（2021）アジアコンビニ研究会（編）『コンビニからアジアを覗く』日本評論社，p. 237.

中小企業基盤整備機構「移動販売」<https://j-net21.smrj.go.jp/startup/guide/restaurant/>

(2025 年 5 月 27 日閲覧).

中日新聞 (2025)「敦賀屋台ラーメン危機 老舗 2 軒閉店検討 全国的に減少傾向 衛生基準 厳格化高額な費用必要」<https://www.chunichi.co.jp/article/1045267> (2025 年 5 月 27 日閲覧).

日本経済新聞社 (2022)「キッチンカーとは」
<https://www.nikkei.com/article/DGKKZO64732210Z20C22A9L83000/> 2022 年 9 月 30 日 (2025 年 5 月 27 日閲覧).

日本国語大辞典「や - たい【屋台・屋体・家体】」JapanKnowledge, <https://japanknowledge.com> (2025 年 06 月 07 日閲覧)

原田信男 (2017)『江戸の食生活』第 2 刷, 岩波書店.

みろく横丁株式会社「屋台の歴史」https://36yokocho.com/office/yatai_history/ (2025 年 5 月 27 日閲覧).

村岡祥次 (2024)「日本食文化の醤油を知る」<https://www.eonet.ne.jp/~shoyu/index.html> (2025 年 7 月 11 日閲覧).

読売新聞オンライン (2024)「存在感増す「キッチンカー」、実は長い歴史…源流は「振り売り」か」<https://www.yomiuri.co.jp/life/20240513-OYT1T50173/> (2025 年 07 月 14 日閲覧).

Yahoo (2025)「被災地に “温かい食事” を提供、全国から駆け付けられる…災害が起きたときの「キッチンカー」が担う役割とは？」
<https://news.yahoo.co.jp/articles/fb0ad851ce1bc2704fd5bc057fe8922a8d1b6874> (2025 年 07 月 14 日閲覧).

2023 年度 日本語・日本文化研修留学生

氏名	出身大学（国）	受入教員
1 チャフェカル イシタ サマー CHAPHEKAR Ishita Samar	TMV 大学 （インド）	菅谷奈津恵 教授 （高度教養教育・学生支援機構）
2 マヌチャルヤン アリッサ MANUCHARYAN Alissa	国立研究大学高等 経済学院 （カザフスタン）	仁平政人 准教授 （文学部）
3 ランガ・ガブリエラ LANGA Gabriela	ワルシャワ大学 （ポーランド）	高橋原 教授 （文学部）
4 金 素莉 KIM Sori	国立釜山大学 （韓国）	菅谷奈津恵 教授 （高度教養教育・学生支援機構）
5 ピティヤーピロム ナリッサラー NARISARA Pitiyapirom	タマサート大学 （タイ）	菅谷奈津恵 教授 （高度教養教育・学生支援機構）

2024–2025 日本語・日本文化研修留学生報告書

日本語・日本文化レポート集

2025 年 9 月発行

東北大学高等教養教育・学生支援機構

言語・文化教育センター

〒980-8576 宮城県仙台市青葉区川内 41

URL: <https://www.jlpk.ihe.tohoku.ac.jp/ja/>