

「藍の文化」と風土

徳島経済研究所技術顧問 工学博士

西池氏裕

1. 正岡子規と藍畑

藍刈や一里四方に木も見えず

正岡子規(明治25年)

正岡子規には藍作業を詠った句がいくつかある。中でもこの藍刈の句を私は気に入っている。「一里四方に木も見えず」とは広大な藍畑の様相だ。炎天下に影一つとてない。そのように強烈な光景の中で藍を刈っているのである。広大な藍畑の様子と、そこに突っ立って見ている作者の姿がリアルに想像されるではないか。

ところでこの光景を子規はどこでみたのだろうか。子規は四国ではあるが伊予・松山の人である。松山も藍栽培がさかんであったのだろうか。そんなことがふと気になった。だが、疑問はすぐ氷解した。子規の藍刈や藍干の句は明治25(1892)年と26(1893)年に詠まれている。明治26年にはこんな句がある。

藍刈や阿波の鳴門に波もなし 子規

藍刈やこゝも故郷に似たる哉 子規

藍干や一筋あけてはひり口 子規

冒頭の句の発表された明治25年というのは子規が『瀬祭書屋俳話』の連載を始め俳句革新の旗をかかげた意義ある年である。河東碧梧桐や高浜虚子等が編集した『寒山落木』の編集後記によれば、明治25年の夏には東京から伊予松山へ子規は帰省している。9月には上京。従ってその間の句であろう。明治26年の作に関して言えば、その年には子規は奥州以外にあまり東京を離れた記録がみあたらない。従ってどこかで藍作業を見る機会があったかもしれぬが、過去の

経験をその時発表したと考えると良いであろう。

明治26年の句はいろいろなヒントを与えてくれる。まず「藍刈や阿波の鳴門に波もなし」には、阿波の鳴門が出てくる。従って子規は帰郷の際に陸路を来て海を渡り鳴門へ上陸したことを思わせる。あるいは上京の際の囑目かもしれぬ。つまり、明治25年の句も阿波藍の畑であろう。阿波藍栽培の全盛期に近い。土地の集約化も進み大商業資本(当時の阿波徳島は、日本でも有数の経済的に豊かな地域であった)が経営する大きな藍畑を、子規は汗をかきかき歩いたのである。ちなみに吉野川沿いを走る徳島鉄道の徳島一鳴島間が開通したのは1899年(明治32年)のことである。

次の「藍刈やこゝも故郷に似たる哉」は私には不確かなところがある。松山でも藍の栽培をしていたのだろうか。伊予は伊予絰の産地、日本の三大紬といわれる。そして綿花の産地である。だから藍染料の消費は多いはずである。産業史によれば阿波から伊予への藍の移出は多い。だからといって、伊予で藍栽培をしていなかったという事にはならない。明応年間から伊予の藍栽培も行われたという記録もある。子規の近所には阿波のそれほど大規模ではないが、藍畑の風景があったかもしれない。「藍干や一筋あけてはひり口」、藍作は刈りとり、干し、刻み、短期に集約的にやらねばならない。独特の構造を持つ吉野川近辺の農家、そこは時期には藍の干場で埋もれるのであろう。とてもリアルな光景である。故郷でみなれていたのかもしれない。

徳島には伊予街道という古い道がある。徳島

城下を起点として、西に吉野川沿いに伊予まで進む。藍の産地はその街道沿いである。私は根が無精なので徹底的に調べていないが、子規は明治25年帰郷の際には、阿波から伊予街道を通過して伊予まで帰って行ったのではないだろうか。徳島という土地の歴史を知れば知るほど、詠われた俳句の光景がリアルに蘇ってくるのが可能になる。これらの句に詠われているのは単に光景というだけのものではない。徳島という風土、その中の一典型として、炎天下をてくと歩く、子規の旅姿が見えてくるのである。

俳句に時代を映しとる能力があるとすれば、文字によるリアルなイメージと同時に言葉の背景にある豊かな想像力を刺激することである。この句は往時の藍畑の様相をいろいろと想像させてくれる。同じ機会に作ったと推察される句もいくつかある。

藍刈は小唄も出でぬあつさ哉

正岡子規(明治25年)

藍刈るや誰が行末の紺しぼり

正岡子規(明治25年)

藍刈は重労働である。春の種蒔、苗植には始まり、夏の刈取。広大な畑で炎天下の作業である。そして干す。茎と葉を分けその夜のうちに切り刻む。藍こなしという作業である。肉体労働が中心である時代には、どの民族でも労働歌をうたって仲間意識を高めまた労働の過酷さを宥めた。「藍こなし歌」もその一つである。現在でも民謡として種々の歌詞やメロディーで歌われており、阿波おどりなどのイベントでも歌われることが多い。労働の苦しさを、艶笑や機知で笑い飛ばす土の匂いがするのが労働歌の特徴である。藍こなし歌の聞き拾ったいくつかを紹介する。

阿波の北方 起き上がり小法師

寝たと思ったらはや起きた

お前どこ行きゃ わしゃ北方へ

藍をこなしに身を責めに

讃岐せこいとて 阿波へは越すな

阿波の北方なおせこい

来いといわれてその行く夜さは

足の軽さよ嬉しさよションガエー

夕べして寝て頭が痛い

二度とすまいぞ木の枕ションガエー

正岡子規の〈藍刈は小唄も出でぬあつさ哉〉は、働く人々がこの労働歌を歌うことすらできないほどの暑さであるということを句にしたのである。

阿波の人々の藍刈の俳句もいくつか紹介しよう。

刈藍の色変わりゆく炎天下 多田滋子

藍刈りの鎌提げしまま汽車仰ぐ 奥尾祐子

一と畝の藍刈れば鎌研ぎ直す 富田蘭房

藍刈りに声落としゆく明け鴉 佐野よしを

膝ついて膝すべらせて藍を刈る 大島冬村

これらの句は、『阿波歳時記』に載っている阿波の人々の藍刈の句である。ほとんどが昭和中小ごろの作で、風土を詠うことに喜びを感じている庶民の生活の詩である。

繰り返すが、詩歌には文字を通して時代とその場所の眼にみえる物以上のモノを映しとる能力がある。それは文字によるリアルなイメージと同時に、言葉の背景にある豊かな想像力を刺激することによる。言い換えれば、詩歌には風土を映しとる能力がある。

阿波の風土には吉野川が欠かせない。吉野川の氾濫によって、地味が肥えたことが阿波藍を育む一つの大きな要素になった。まるでナイルの氾濫がエジプトを育てたようだ。いずれにしても、藍は阿波の北方(きたかた)特有の風土を



志摩家文書 徳島県文書館

形成した。風土というのは、景観、人々の暮らし、土地の歴史、等々全てが有機的あるいは重層的に積み上がって出来上がる、人間の文化の大きな土台なのである。俳句というのは、この風土的景観を主に詠うものなのである。

述べたかったことの一つに、藍の文化というのは、実は藍染め製品の事だけを指すのではない、ということがある。藍文化というのは藍を栽培し、染料となる藍玉を製造し、それを出荷するための人々の営み、その景観、そして藍で染色して便利さと美によって生活を豊かにし、楽しむ、それら全てであり、それらの全体が醸し出すモノコトが藍文化を形成しているのである。その風土的景観が全て阿波藍文化を形成しているのである。

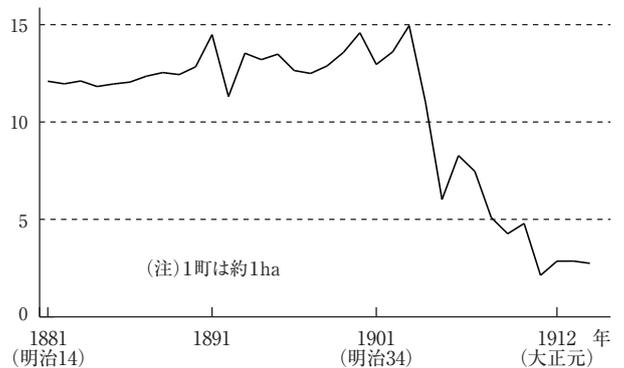
さて、藍はいわゆる藍染めに用いられる植物染料である。染料用植物としては、紫、茜、紅、藍などが日本では良く知られているが、大規模な産業ベースにまで成長したのは、紅花と藍である。特に阿波藍はマニュファクチャとして発展し、幕末から明治初期にかけて大規模な商業資本の蓄積に貢献している。こんなことを背景の知識として思い浮かべながら、藍が関連する季語を見るのも面白い。(大工業の時代になって、染色というのは日本人の生活の中から切り離されてしまったが、その歴史を読むと風土の意味合いを持っていることを認識させられる。例えば、現代京都の染色師吉岡幸雄氏の『日本人の愛した色』など面白い。)

藍刈、藍蒔などの作業は松永貞徳門の『毛吹草』にすでに「俳諧四季の詞」として登場する。また曲亭馬琴の『俳諧歳時記栞草』には季語として「藍刈」「藍蒔」「藍の花」等が載録されている。この本の編は享和3(1803)年だから、日本の支配的藍産地となる吉野川流域で、阿波藩が努力を重ねて領内の藍産業の技術改良を行い流通経路の支配にも乗りかかった頃である。藍商による土地の集約化が始まり、吉野川の流域には広大な藍畑が登場するようになる。阿波藍産業の最盛期は幕末から明治期である。正岡子規が

藍刈りをみた1892(明治25)年というのは、日本の藍産業の絶頂期なのである。

作付面積でみてみよう。明治時代の後期頃まで生産量が拡大し、1903(明治36)年には最高の15,000ヘクタールになる。その後は海外の化学染料に押され、1907(明治40)年は7,542ヘクタール、昭和元年は502ヘクタールと急速に減少してしまう。阿波藍は、放置すれば、風土的に阿波という土地の中でしだいに風化し埋没していく危険性があったのである。

阿波藍作付面積
(千町)



資料: 三木興吉郎「阿波藍譜 史話圖説篇」から作成

2. 阿波藍は徳島文化の鉱脈

2007年の第27回国民文化祭は、通称「おどる国文祭」と呼ばれ徳島で開催された。その際、徳島県は四大モチーフとして、①ベートーヴェン「第九」、②阿波人形浄瑠璃、③阿波藍、④阿波踊り、を定めた。これぞ阿波文化という事項を4つ選出したということである。モチーフという言葉は主題と訳したりするが、もともと絵画や音楽など芸術分野の言葉なので、なかなか命名のセンスがよい。

四大モチーフを各々軸とする活動の展開は「文化立県とくしま推進事業」推進のための戦略である。それらのモチーフの全国発信によって、「伝統芸能が息づくまちづくり／伝統工芸・産業で栄えるまちづくり／音楽文化が息づくまちづくり」を行おうというのが「狙い」である。

そもそも四大モチーフは徳島ならではの県

を代表する「文化」という観点から選ばれたのだが、同じ文化という名称でも視点によって性格が非常に異なる。特に、浄瑠璃と阿波踊りはイベント的であり、第九もどちらかというところとそれに近く、阿波藍だけがモノである。上記「狙い」のなかの「伝統工芸・産業で栄えるまちづくり」というのが阿波藍に相当すると判断される。伝統工芸・産業での町づくりということになると、「イベントで息づくまちづくり」とは全く異なる難しさを有する。

一口に藍文化といっても、産業的観点では、一次産業である栽培農業、二次産業である薬(すくも)・藍玉製造業、三次産業である藍玉の流通業と、そして藍玉を材料として再び二次産業である染色加工業を経て、消費者には主として衣服の付加価値を上げた形で届けられる。つまり生産活動の上流から下流に至る広範囲に及ぶ。

その一連の分割された工程の中で歴史的には阿波の国が主導的役割を發揮したのは、上流工程の藍の栽培、染料である藍玉作り及び藍商人による流通産業の段階までである。少し詳しく述べる。栽培農家が収穫した蓼藍の葉は藍師の処に集められ、マニファクチャの生産体制で、発酵させ乾燥させ薬と呼ばれる中間加工品とされる、この段階で藍染料であるインディゴが生成している。これを搗き固めて「藍玉」として海路で京坂や江戸へ運ぶ。いわゆる染物屋さんである紺屋は、これを藍甕に入れて木灰や石灰、ふすまを加えてその上で水を加えて加熱することによって酵素作用で染料液を作る。この染料液を作る一連の作業を「藍を建てる」といい、藍を建てた液に糸や布を浸し、発色させる。

産業としての藍を工芸あるいは工学的にみると、技能の蓄積が重要な意味合いを持つのは、薬・藍玉作りの工程、および染色の工程である。前者の工程は藍の葉の発酵過程の制御を必要とする一種の化学工程であり、藍玉のできばえは、その工程を管理する技能者(昔は水師、現在では藍師が管理)によって左右され、できばえが藍玉の価格を大きく左右した。藍師の現状を調査研

究した川人氏によれば、かつて栄えた藍師も現在では、徳島に5軒しか存在しないという。

また後者の工程は、紺屋と呼ばれるいわゆる染め物屋が中心となる。紺屋は家内工業であり、そこでは購入した藍玉に甕の中で木灰、石灰、ふすま等を加えて、いわゆる「藍を建てる」ことで発色させ染色した。昔は「紺搔き」と呼ばれた技能者がそれを行い、今では紺屋自身がそれを行っていることが多いようである。ちなみに、日本の染料は紫、茶、紅、紺が主であり皆植物を染料としている。特に藍色や浅葱色などの色合いを有する藍染めの紺は日本全国に大量に出回っており、幕末に日本にきた外国人が日本の印象を紺色と表現したことからも、そのことがうかがえる(注1：ジャパンプルー)。この紺屋という名前だが、藍にかぎらず染色業そのものを呼ぶ習慣もあり、庶民生活の中に馴染んだ職業である。江戸時代には日本中に点在していたらしい。

徳島市に紺屋町という地名がある。無論紺屋が集まっていた町である。だが、この地名は徳島市固有のものではない、全国に40内外あるようである。どこでも通用する「紺屋の白ばかま」等々の言葉も残っているところからも、紺屋は全国的に展開していたことがわかる。これらの紺屋は、江戸時代に大阪京都江戸などでは株仲間をつくり商権を守っていた。また有名な絵師の長谷川等伯、曾我蕭白、歌川国芳等は紺屋の出身として知られる。まさに紺屋は町民文化を支える柱の一つであったといえるのではないか。紺屋はより製品の流れから言うと消費者に近い位置にあり、庶民の文化そのものに関係づけられるのは当然といえるかも知れない。要は藍染というのは日本全国に散らばった染物屋が生業としていたものであり、藍染加工業を阿波藍という名称で差別化するには、それなりの工夫が必要だということである。

余談であるが、幕末の豪農・豪商は、江戸の町民文化の伝統を引き継いだ形で新興勢力として、文化の主要な担い手として成長している。徳島の藍商人も例外ではない。彼等は商権を全

国に持っており、その経営能力の基礎としての文化的素養が必要とされたのであろう。

典型例として、幕末から1884（明治17）年まで活躍した阿波藍商人志満利右衛門は、尊王攘夷派として知られる。彼は京都に支店を開いたとき、「日本外史」を著した頼山陽の屋敷の隣りに住まいを作ったという。二人の交流は当然あり、それが尊皇思想に荷担していくきっかけとなったのかもしれない。それ以上に、基本的には当時勃興した豪商・豪農層の多くは、すでに自分達のビジネスが今までの幕藩体制とは相容れないことを肌で敏感に感じていた。尊攘派のパトロンとしての活躍を行ったのであろう。

また、志満利右衛門は文化的パトロンとしても、成田蒼虬^{なりたそうきゅう}等の俳諧師や画家との深い交流で知られる。徳島にも京都の宗匠櫻井梅室等を伴いきて、連日俳句で遊んだという。彼の養子（吉田）熹六は徳島の自由民権運動に加わり、後に徳島立憲改進黨を組織したり、ジャーナリストとしての活躍がめざましかった。同じように尊皇攘夷派のパトロンであった長州の豪商白石正一郎は広く世に知られているが、志満利右衛門の事績は、いわば隠れた阿波文化の鉱脈ともいえる。

さて話は徳島文化の四大モチーフである「阿波藍」に戻る。徳島で「藍」が四大モチーフに挙げられた理由は歴史的風土的な意味合いに存在しており、かつて、明治期まで徳島が藍玉という紺屋の藍染原料の一大供給基地であったからに他ならない。またその原料として藍栽培、藍玉作りという産業に多くの人々が携わり風土的景観をなし、藍文化がかつて存在していたことにも他ならない。そして、それが今なお阿波徳島という地域の文化の中に脈々と流れているべきだ、ということに他ならない。このことをモチーフとして選んだ以上、時にしっかり認識すべきことである。言いたいことは、阿波藍文化を他の地域と差別化していくためには、風土として藍文化を覚醒させる必要があるということである。

無論、このことを指摘するのは「阿波藍」をテーマとしたときに「藍染め」の工芸品が「伝統工芸・産業で栄える」という目的のために適していない、などと主張するためではない、むしろ逆である。藍染め技術は徳島県が独占的に行っているわけではなく、全国的に同じ土俵の上で競争しているのだと言いたいのである。さらに商品としての付加価値を上げて差別化して欲しいということである。

それには阿波藍には圧倒的に有利なところがある。それは「阿波藍文化」という風土の上に成立している工芸だという、無形の価値、ブランド力を有することが可能だということである。土地の名前がブランド力になる。たとえばゾーリングンは刃物だし、マイセンといえば陶磁器である。

ただ土地の名前が真のブランド力になるのには、単に良いメーカーが現れただけでは駄目である。それにはその土地に根付いた、風土と化した伝統がなければならぬし、その伝統を風土として発信可能にする文化力がその土地にならなければならない。

「風土として発信可能にする文化力」とは聞き慣れない言葉であるが、言わんとしていることは、その土地に暮らす人々が自分の日常生活の中でその伝統を認識して誇りにしているかどうかということである。

この意味では「阿波藍」の発信を持続的にするためには、その土地に関係する人々の心の中に隠れている「阿波藍」の文化を掘り起こす必要がある。染色工芸関係者だけの努力では、サステナブルになりえないと危惧されるのである。

（注1：ジャパンプルー）幕末に日本を訪れた外国人は染色の藍色をみてジャパニーズ・ブルーと呼んだ。2020年の東京オリンピック・パラリンピックのエンブレムに使われて、ジャパンプルーという色彩名が一般に広がった。ジャパンプルーの命名は、幕末のお雇い教師アトキンソンが来日した明治8年に「日本全土なべて藍色

である」といったことに端を発するという。陶磁器の染付ペルシャブルーに倣ったのかも知れぬ。彼等には伊万里も藍もジャパンプルーだったのであろう。いずれにしても日本のイメージとしての藍色がジャパン(あるいはジャパニーズ)ブルーなのである。

日本が「青い国」であることについては、ラフカディオ・ハーンの著作『神々の国の首都』が多く引用されていて印象深いので、ここでも引用する。「東洋の土を踏んだ日」という章である。「小さな妖精の国——人も物も、みな小さく風変わりで神秘をたたえている。青い屋根の下の家も小さく、青いのれんを下げた店も小さく、青い着物を着て笑っている人々も小さいのだった。(中略)。一番多い着物の色は濃紺だが、その同じ色が店ののれんでも幅を利かせているのが分かる。」(参照：文献2)

3. 風土と文化力の4D的戦略

文化と風土を考えるのには時間的軸が重要である。地域文化力の一つのバロメーターになる観光を例にとろう。地域観光振興のためには観光スポットが1点だけではなく数カ所が面的に結合していなくてはならないとよくいわれる。これは観光の2D的戦略だ。また景観、イベント、食べ物等が有機的に結合し多重的な空間をつくらなければいけないともいう。これは観光の3D的戦略だ。しかし観光地としての魅力はそれだけなのだろうか。結論を先にいうと、風土と歴史という時間軸的要素の加わった4D的戦略が最も重要な観点ではなかろうか。

例えば、江戸時代わが阿波藩と同じような大藩加賀金沢と比較したら(こちらは120万石、こちらは25万7千石などというまい)どうだろうか。残念であるが、多くの人々は金沢の方がより魅力的と軍配をあげるにちがいない。金沢の魅力としては兼六園、加賀友禅、和菓子などを人は直ぐにあげることができる。でもそれだけでは人の好き嫌いもあるし、リピータブルに人

を魅惑できまい。

そこで、金沢の人々は自分の地域をどう考えているか気になった。金沢観光協会のHPにある「金沢旅物語」というページで、あちらさまの「モチーフ」を少し覗いてみた。特に注目したのは「5分でわかる金沢の魅力」としてあげた四つのジャンルのトップに「歴史・風土」があったことである。ちなみにあとの3つは「伝統文化」「食文化」「金沢の四季」である。この「歴史・風土」がまた4つに分けられて「加賀藩前田家」「歴史の町」「文学の町」「新旧の交叉する町」「雨の似合う町」とあり、そのなかに具体的なコンテンツとしての観光スポットが紹介されている。

個々のコンテンツをわが徳島と比較しても詮方あるまい。だが参考になるのは、明確なコンセプトのもとにこの「モチーフ」が構成されていることである。それは「歴史・風土」という時間軸の概念を重視していることである。つまり観光にも4D的戦略を用いているのである。

歴史を含めて風土というのは、まさにその土地だけ、固有のものであり、その土地の人間生活があってこそ歴史的に形成されてくるものである。それが他の土地の人々を惹き付けうるモノかどうか、それこそが真の意味の地域の文化力である。

「文化力」、特に風土や歴史にまつわる「文化力」については、一般的にかなり誤解があると考えられる。もしかしたら、我々は無形あるいは有形の歴史的文化というのは、黙っていても与えられる過去の遺産であると思っていないであろうか。歴史的文化というのは、実は多くはどこにでも人間の活動したところには埋没しているものであり、それに興味ある人々が発掘し開発し風土として自らの中に骨肉化していく過程が必要であり、それがなければ本来他の地域に発信できるレベルに達しない単なる鉱石と同じものだけということである。

たとえば、近代産業遺跡と呼ばれるような有形の遺産でもそうである。富岡製糸工場跡にしる、いわゆる軍艦島と呼ばれる端島炭坑跡でも、

その歴史を多くの人々、とりわけ地域の人々が、知ってこそ、その価値が広く理解されるのである。如何なる地域でもその土地の歴史があり、風土がある。それを発掘してあるいは開発して価値あるものに育てるのは、その地域に関わり合いのある人々の仕事である。

金沢の「モチーフ」で印象を強く受けたのは、「文学の町」を挙げていることである。金沢では泉鏡花、室生犀星、徳田秋聲を三文豪と呼ぶ。私事に及ぶが、私は青年時代に室生犀星の詩が好きであった。彼が「ふるさとは遠きにありて思ふもの　そして悲しくうたふもの」を詠った犀川のほとりをこの目でみたくて金沢を訪れたことがある。文化や風土の訴求力である。同様に津軽の太宰治、柳川の北原白秋、花巻の宮沢賢治、等々に訪れる人は多いであろう。そのような風土は新しく生まれてくることもある。藤沢周平の時代小説の舞台は海坂藩、その雰囲気を楽しむために山形にまで行ったっけ。

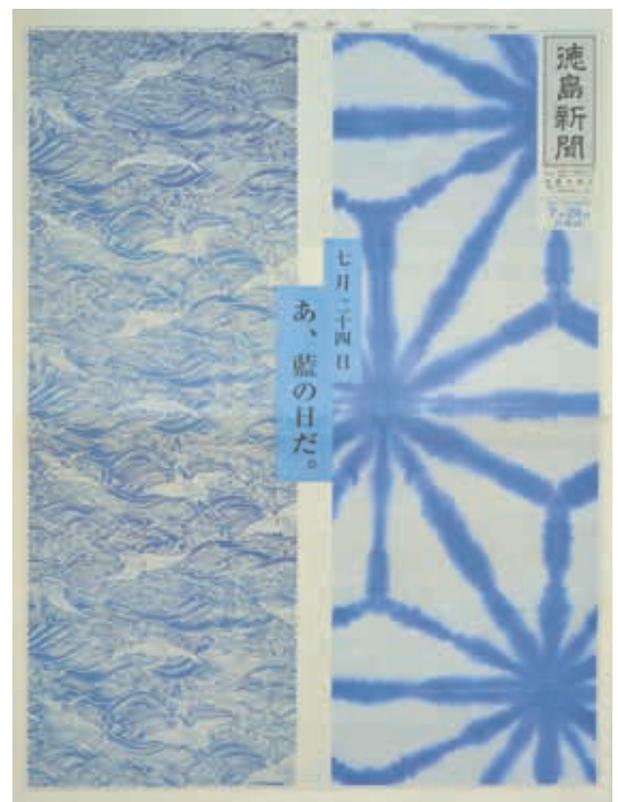
つまり文学や芸術は、風土を発掘形成するための強力なツールなのである。風土や歴史にまつわる「文化力」は、過去の遺産だけではなく新たに発掘開発できうるものだということである。先年映画『眉山』はその意味では意欲的な試みであり、全国的にも徳島の風土の認知度は向上した。

(注2)：金沢が文化政策に力を入れていることは竹中によって徳島経済に報告されていて詳しいので、参照して欲しい。

「阿波藍」というモチーフに戻ろう。「阿波藍」を徳島の文化戦略の有力なジャンルにするためには、「藍染め」の工芸品を販売することだけでは、他の地域を差別化することは難しいことは述べた。阿波天然藍の色合いの良さを強調することは勿論重要であるが、加えて風土的ブランド力が必要である。人が金沢の和菓子なら美味しいに違いないと思うように、阿波藍としての風土的ブランド力が必要である。無論多くの人々はブランド力と

いうのは品質的裏付けの積み重ねによるというであろう。しかし、風土的ブランドというのは、ユーザーがこの土地には古い伝統が今なお息づいているから良いに違いない、と思う土地の歴史そのものを味わうことによって発揮される力なのである。そのためには「阿波藍」というものを地域の人々がよく認識し、愛するという風土にすること、そのための文化的活動として展開する必要がある。それは藍関連業者にまかせるだけでは非常に難しいことであろう。

今年2017年、徳島県は7月24日を「とくしま藍の日」として制定した。当日の徳島新聞は、藍色に印刷された『七月二十四日／あ、藍の日だ』という藍色の大きな柄の紙面にはさまれて配達された。一瞬「なにごとぞ」と驚かれた方々も少なからずいるに違いない。写真に示したのは一面だけだが、内容はほとんどが美しい写真で、直接感性に訴える力があつた。記事も簡潔でよかった。私も拵げてみて感動し、方々の友人に告げ回ったモノだ。多くの人々も、インパクトがある、よかった、といていたので、阿波藍を盛り上げるということでは大きな効果があつた。



2017年7月24日 徳島新聞

内容は簡潔ではあるが、要領よく多彩な県内の取り組み(県庁・徳島市・徳島経済同友会・学校教育現場)を採りあげており、地域の人々の関心を惹き付けるのに効果があったはずだ。願わくは記事に書かれている種々の動きがサステナブルであること、そしてキャンペーンとしても持続して欲しいことである。

加えて、強調すべきことが2点ほどある。1点はこの運動は関係者だけのものではないことである。徳島経済同友会の田村代表幹事が述べているように「まずは県民が藍に親しむ機会を増やすこと」が、阿波藍を文化的風土として根付かせるためには最も重要である。

そのためには、やはり仕組み作りが大切である。紙上では教育現場の活動の例が示されていた。1つが、藍住南小学校の藍栽培や藍染め経験である。もう1つは社会人向け学習塾の「とくしま上板熱中小学校」の阿波踊りの法被を藍染めしていることを紹介している。素晴らしい活動である。だが、このような良い活動は、地域に合った創意と工夫を加えながら、すぐさま水平に展開していく必要がある。そのための仕組み作りがあってよいのではないか。

阿波踊りの法被といえば、阿波踊りはもう1つの阿波文化のモチーフである。モチーフとして「阿波踊り」は「阿波藍」より圧倒的に訴求力が高い。徳島県という名前を知らなくても阿波踊りなら知っているという人々が日本全国には少なからずいると聞くと、そうなのかもと残念ながら信じたりする。

今年2017年8月阿波踊りを前にした徳島新聞に面白い数字が出ていた。運動会で阿波踊りの実施率は全県平均で55%強であったというものだ。学校数は現在本校ベースで196校なので回答数170校というのは、ほとんど全体の傾向を著していると思って良いであろう。この数字を多いと見るか少ないかとするかは個々の立場で違おうであろうが、阿波藍に対する取り組みよりはるかに多そうである。特に注目すべきは、その教育の実施に有名連をはじめ地域の有志が協

力して楽しんでいるということである。地域ぐるみの参加、それぞれ地域の文化力を高め風土を形成していくことである。

同じような状態まで阿波藍も普及させることは、仕組み次第では可能ではないだろうか。学校・地域ごとの阿波藍の栽培と染料作りを行い、それを原料として手芸製品を製造し、毎年藍の日には作品展を行い顕彰する。そのような仕組みが有効なのではないか。

もう1点は、4D戦略を忘れないことである。美術家、手工芸者による阿波藍普及の動きは進んでいるのだが、その他のジャンルからの動きが少ないことである。「阿波の歴史を小説にする会」などの活躍などもあるが、全体的には高齢化が進んでいるせいもあり、目立った活動が少ない。理想的には、阿波藍の制定を機にクラフト作家だけでなく、他のジャンルも阿波藍を盛り上げる活動を展開する仕組みが必要だ。芸術の分野で真に運動を盛り上げていくためには、先進的な作品が誕生してくることが必要だ。特に他のジャンル小説・詩歌・絵画・演劇などでは4D的な観点での風土作りに有効なはずである。無論、特に時代を越えて残るような小説や詩歌、脚本、あるいは演劇や映画は一朝一夕では生まれるものではないことはわかるが、一層の努力は

県内国公立小学校 運動会での阿波踊り実施状況

	学校数	踊る	未定	踊らない	「踊る」の割合(%)
徳島市	31	21	3	7	67.7
名東郡	1	0	0	1	0.0
鳴門市	14	9	1	4	64.3
小松島市	11	3	0	8	27.3
阿南市	21	11	0	10	52.4
吉野川市	14	7	0	7	50.0
阿波市	10	6	1	3	60.0
美馬市	8	1	0	7	12.5
美馬郡	3	1	0	2	33.3
三好市	15	3	1	11	20.0
三好郡	4	3	0	1	75.0
勝浦郡	3	2	0	1	66.7
名西郡	7	7	0	0	100.0
那賀郡	4	1	1	2	25.0
海部郡	7	6	0	1	85.7
板野郡	17	13	0	4	76.5
合計	170	94	7	69	55.3

徳島新聞 2017年8月9日朝刊

必要と改めて思う。そのための仕組みも考えねばなるまい。

先日ある友人と雑談をしていたときに、京都出張のうちに企業の敷地の中に赤穂浪士の遺髪が祀ってあり、外部の人がそれに自由に参ることが出来るようにしてあったと言う。無論、その企業が費用を負担して建立したものである。そういえば、私もあちこちで、企業だけでなく個人が建てた記念碑を見たことがある。「長谷川平蔵(いわゆる鬼平)屋敷跡」「遠山金四郎屋敷跡」は歯医者さんの玄関で見たし、「赤穂浪士討ち入り後の休み所」などというのが建てられていたりする(注3)。要は地域に住む人々が自分の郷土・あるいは住むところの歴史に興味を持ち、そこに埋もれている鉱脈のようなモノコトを発掘し、あるいは開発していく、これが地域の文化力の4D戦略の基本である。

最後に繰り返すが、文化における4D性というのは単に歴史を懐古するものではない。その地域にしっかりと根付いており、かつ多くの人間が感動を受けるモノコトを開発あるいは発掘することである。

(注3):赤穂浪士の一人大高源吾は、俳人としても有名で、子葉と号していた。榎本其角と交わりがあり、歌舞伎「松浦の太鼓」でも有名である。例の「あしたまたるるその宝船」という源吾の下の句が出てくる芝居で、断片的な話しをご存じの方も多いただろう。その源吾の誹諧友達に、ちくま味噌初代竹口作兵衛本浄という人がいて、赤穂浪士は泉岳寺引き上げの際にこの作兵衛の店に立ち寄っている。

そこに碑が建っていて、次のように刻されている。[元禄15年(1702年)12月14日、本所松坂町(現 墨田区両国3丁目)の吉良邸討入本懐を遂げた後、大石内蔵助率いる義士達が一つ目通りを引き上げの途中、永代橋へ差し掛るや、あたかも當所乳熊屋味噌店の上棟の日に當り作兵衛は一同を店に招き入れ甘酒粥を振る舞い労を労ったのであります。大高源吾は棟木に由来を認め又看板を書き残し泉岳寺へ引き上げて行ったのであります。昭和28年(1953年)2月 ちくま味噌16代 竹口作兵衛識]。

なかなか面白い話である。そして、その土地の人々が協力して風土の埋もれた歴史を顕彰していこうという姿勢も、一種の文化力の表れである。

参考文献

- * 1) 川人美洋子「阿波藍の製造方法と五軒の藍師の家」、繊維学会誌 66 巻 5 号、2010 年
- * 2) 吉岡幸雄『日本人の愛した色』、2008 年、新潮社
- * 3) 西池氏裕「産業の変化期における技術方針に関して(明治期阿波藍産業の場合)」、2011 年、『徳島経済』vol.86
- * 4) 竹中淳二「文化による地域の再生」、2009 年、『徳島経済』vol.84

西池氏裕氏略歴

1944 年生
1974 年 4 月 川崎製鉄入社技術研究所
2000 年～2004 年 東京大学先端科学技術センター客員研究員
2006 年 4 月 財団法人徳島経済研究所技術顧問(現)
2007 年 8 月 徳島県経済成長戦略アドバイザー(兼)
2008 年～ ひまわり俳句会主宰
2011 年 9 月 徳島県教育委員長(～2012 年 8 月)

