

# ナゴヤ 考証学

## 四半世紀の取材から、 名古屋最強説を探る

- 名古屋という都市伝説
- 名古屋土産の今昔
- 尾張名古屋は城でもつ
- 花咲く味噌文化
- 名古屋経済人の矜持
- 大須人気の秘密
- 都市計画のつくった街
- 名古屋の女子力
- 名古屋めし進化論

# 名古屋という都市伝説



戦国時代、名古屋は日本の中心だった。第60回名古屋まつりのメインイベント「郷土英傑行列」より。

## ゴモラの壊した街？

名古屋に生まれ育った人から、初代ウルトラマンに出てきた怪獣ゴモラが、名古屋を全国に知らしめたのだと聞いたことがある。「ほら、ゴモラが名古屋城を壊したでしょ。テレビ塔で写真パネルを見たことがあるんだ」と熱く語っていた。

東名高速でも新幹線でもなく、怪獣だというのが興味深く、なるほどと思った。たしかにウルトラマンが城の前でゴモラと戦うのを見た記憶がある。しかし、実際にゴモラが壊したのは名古屋城ではなく、大阪城だった。そんな記憶ちがいが、かえってそれらしく思えたりもする。

では、名古屋城を壊したのはなにかというと、映画ガメラシリーズに出ていたギャオスなのである。ギャオスは新幹線の屋根もすっぱり切り裂いた。弱点が光だとわかると、ナゴヤ球場が市民の避難場に指定された。

ウルトラマンもガメラもともに誕生は1960年代で、いまから50年近くも前のこと。すっかり過去のものだと思っていたら、平成の時代にも新しいシリーズがつくられてきた。怪獣が世代を超えてつながっているわけである。

## 独自性を保つ街

東京と大阪という大都市圏にはさまれる名古屋には、どちらつかずのイメージがこれまでつきまどってきた。この微妙な位置づけが、名古屋のすべてだったとっていい。それでいて、あくま

で独自の進化を遂げたのが、名古屋のおもしろいところである。

名古屋の発展を考えるうえで、東京と大阪を結ぶ幹線に位置していることにはとても大きな意味があった。東名高速道路（1969年全線開通）はそもそも東京と名古屋を結ぶことからその名はある。50周年を迎えた東海道新幹線（1964年開業）は、名古屋を経由して、東京と大阪を走る。リニア中央新幹線も、東京と名古屋を結ぶルートがまず計画されている。

名古屋が名古屋らしさを保ちつづけてこられたのは、再開発によって地方色を失う街が多いなか、全国的にも珍しいといえるかもしれ

れない。この四半世紀を振り返ってみても、名古屋は絶妙な位置を頑なに守りつつ、ゆっくり確実な歩みを遂げてきた。いったいどうして名古屋ではそれが可能だったのか。それができた名古屋とは、いったいどんな街なのか。いつしか名古屋にまつわる都市伝説がいくつも生まれ、あらぬ誤解を受けたりもした。

なかでも「食文化が独特で、風変わり」「エビフライばかり食べている」など、食にまつわる都市伝説が多い。それに「ケチで派手」「みゃーみゃーと言う方言がある」といった土地柄についての印象が重なる。ふたつの要素を重ね、「エビフリヤー」とわずかに一言で名古屋をギャグにってしまったタレントもいた。

たしかに名古屋の食文化は、他の地方にはないものである。いつしか一括りに「名古屋めし」と呼ぶようにもなった。おもしろいことにこの名古屋めし、食べたことがないとあからさまな拒否反応を示すのに、一口でも実際に食べてしまうと、いつしかやみつきになっていたりする。東京に進出する人気店も出てきた。

名古屋の食のレベルは高く、おいしい店がたくさんある。直球勝負の伝統的な食文化があるからこそ、変化球の名古屋めしが芽生えた。創意工夫は名古屋の真骨頂である。なにも食ばかりではない。あらゆる分野でそれは徹底している。閉鎖的な印象もあるが、ひとたび受け入れられれば、とても温かなものがある。

歴史や食、経済、女性像などの切り口で関係者らに話を伺い、四半世紀におよぶ取材もふまえ、名古屋を考証してみた。🍗

# 尾張名古屋は城でもつ

## 城は心のよりどころ

名古屋といえば城である。金のしゃちほこである。テレビ塔やセントラルタワーズももちろん名古屋ならではのランドマークだが、近代技術の粋も、なかなか名古屋城は越えられない。城なんてどうの昔にその役目を終え、城のあった時代のことなど、本当のところはもうよくわからないことだらけであるにもかかわらず、圧倒的な強さを誇る。

もっともそれはいまにはじまったことではなく、すでに江戸時代には「尾張名古屋は城でもつ」（「伊勢音頭」）といわれた。こうした心情は、名古屋が城とともに生まれたことに関係しているのだろう。

もともと尾張の中心は清洲城（現在の愛知県清須市）だった。それを城下町と合わせ、そっくりそのまま名古屋の地に移すことになった。徳川家康の命により、「清洲越し」と呼ばれる大がかりな都市計画が立てられたのである。1612年、名古屋城が完成したのを機に、実行に移された。

すでに戦乱の世が去っていたことから、城の天守閣に防御の役割はなくなり、象徴的な意味合いが強まっていた。秀吉の本拠である大阪城より立派なものとするので、家康の力を目に見えるかたちにし、威厳を示すことが求められた。

築城からほどなく、名古屋の人びとは城に対して畏敬の念をもつようになり、心のよりどころにした。城内で開かれる能舞台に招かれるなど、人びとにとって城は決して遠い存在ではなく、むしろ近い存在であったとも考えられている。それはなにより、江戸時代が平和な、太平の世であるからだった。

## 期待される城の再建

明治維新で全国の城が取り壊されることになっても、名城と目される名古屋城は天守と本丸御殿がともに保存されることになった。戦時中、名古屋の空襲が激しくなると、ふすま絵など、はずせるものははずし、安全な場所に保管された。しゃちほこも土に埋めて守ろうとした。空襲で天守が焼け落ちると、市民は立ち上がり、再建のための基金をはじめた。それもこれも、名古屋の人たちの城に対する深い愛情からだった。

2009年には本丸御殿が再建され、2013年に一部が公開された（全体公開

は2018年の予定）。この再建にも市民による多くの寄付が集められた。

実測した図面や、多くの写真が残されているため、時代考証を経た忠実な復元が可能だった。それは全国的にも希有な例といえる。狩野派の絵師による障壁画も、見事に模写された。

名古屋城を一目見ようと、日本ばかりか、世界中から観光客が訪れる。2013年の入場者数は年間165万人で、その数は年々、増加傾向にある。海外からは台湾、中国、アメリカ、韓国、ブラジルが多い。

たしかに名古屋城は見所にあふれ、過ぎ去った時代を身近に感じさせる歴史テーマパークとしての楽しさがある。しかも本物の城である。城を拠点に戦国武将のいでたちで活躍する「名古屋おもてなし武将隊」も大人気で、一緒に写真を撮ろうと行列ができるほど。

一方、再建された名古屋城が鉄筋コンクリートであることに、がっかりする観光客が少なくない。「二度と焼け落ちたりしないように」との願いを込めて鉄筋コンクリートが選ばれたのだが、内部はビルのような印象で、正直、興ざめしなくもない。そこで木造で復元する計画が実は進んでいる。

数ある名古屋城の見所のなかで、お濠にいる鹿は異色だ。もともと江戸時代から飼われていたといわれる。現在いる鹿は戦後、動物園から連れてこられたもの。50数頭いたこともあったが、2頭にまで減った。しかもともにメス。このままでは名古屋城の鹿も絶滅してしまうと、心配の声が上がる。ちなみに鹿に名前はないのだそうだ。🦌



名古屋城総合事務所の下山浩司さん(左中)と澤井亜衣夢さん、名古屋おもてなし武将隊の前田慶次さん(右)、元氣!さん(左)。

# 名古屋経済人の矜持



揚輝荘副館長の田中進さん(後列左)ら、スタッフの皆さん。

## 呉服店から百貨店へ

地下鉄の覚王山駅を出ると、日泰寺への参道に至る。昔ながらの店に並んで、小洒落た店があり、名古屋の隠れ家的な界隈として注目を集めている。緑日やアート・イベントも賑々しい。

この参道の近くに、揚輝荘<sup>ようきそう</sup>はある。デパート松坂屋をはじめた伊藤<sup>すけたみ</sup>祐民が、1918（大正7）年から20年あまりをかけて築いた広大な屋敷である。祐民は江戸時代からつづく呉服店の跡取りだった。織田信長に仕えた武将の末裔で、「清洲越し」によって名古屋に移った旧家である。

1909（明治42）年、渋沢栄一の率いる渡米実業団の一員としてアメリカ各地を視察したことが、新しいものを求めていた祐民の転機となる。デパートの繁栄ぶりを目の当たりにし、旧来の呉服店のあり方では立ちゆかなくなると感じたのである。

さっそく翌1910年には、松坂屋の前身にあたる、いとう呉服店を名古屋の栄にオープンする。周囲の者が反対するなか、それを押し切ったの冒険だった。しかし、これが当たる。デパートは三階建ての洋館。単にモノを売るだけでなく、演芸室でイベントをおこなったり、食堂をつくったりした。デパートで一日を過ごすライフスタイルが生まれ、おおぜいの人が押し寄せた。デパート文化のはじまりだ。

女性が店員として店先に立つのも、当時としては新しいことだった。広報宣伝に長け、美人コンテストを開き、いとう少年音楽隊を結成した。それが今日の東京フィルハーモニー交響楽団へと

発展するのだから、すごい。明治の終わりになって、江戸時代からつづく高い風習が、ようやく新しい時代にふさわしいもの変わったといっているのだろう。

## 託された理念

事業に成功した祐民は、揚輝荘の建築をはじめ、矢場町（現在、松坂屋名古屋店のある場所）にあった屋敷も移築する。当初は別邸として社交の場に利用され、茶会などが開かれた。1万坪（3万3000平方メートル）あまりもの広大な敷地に、合わせて30数棟の建物が建ち、京都の修学院離宮を真似たといわれる日本庭園

園がつくられた。祐民自身ものちにこの揚輝荘に住むことになる。

近年の開発によって、揚輝荘はもとの姿を留めているわけではないが、聴松閣<sup>ちようしょうかく</sup>と伴華楼（パンガローをもじり、「ばんがろう」と読ませる）を中心に、庭園の一部が残る。アメリカ軍に接収されたり、松坂屋の独身寮だったりしたこともあるが、一般には長らく門が閉ざされていた。広く公開されるのは、2007年、名古屋市に寄贈されてからだ。

揚輝荘の贅を尽くした空間を見ていると、「古き良き時代」とも、「浮き世離れた」とも感じる。モダンであり、ユーモラスでもある。しかし、そればかりではなく、名古屋経済の礎も伝わってくる。それは「生活と文化を結ぶマツザカヤ」というキャッチフレーズに込められた、創業者の思いにほかならない。

聴松閣の地下には、インドのレリーフが描かれる。アジャンタ石窟群にある釈迦生誕の物語を模写したものだ。いったいなぜ名古屋でインドなのだろうと、まずは思う。単なるインド趣味でも、旅の思い出の記録でもない。祐民の仏教への深い信心からであり、世界への思いからだ。ビルマ（現在のミャンマー）にはじまり、タイや中国からの留学生が揚輝荘に集まって学んだのはその表れのひとつである。

伊藤家には「諸悪莫作<sup>しよあくまくさ</sup> 衆善奉行<sup>しゅうぜんぶぎよう</sup>（どんな悪いこともせず、多くのよいことをしなさい）」という、仏典からとられた言葉が家訓として伝わり、今日もお松坂屋の企業理念となっている。名古屋の発展の裏側には、こうした真摯な思いがほかにもいくつもあった。そのことを、揚輝荘はいまに伝える。🏠

# 都市計画のつくった街

## 2度のゼロからの出発

名古屋の都市景観には、ほかの都市とは一線を画す、どこか近未来的なところがある。幅が100メートルもある道路が東西南北に走っていたり、地下道が縦横にめぐっていたり、街の中心部のビルに観覧車があったりする。近未来はいつまでも近未来として時代を先駆けつづけ、街を形成する源となる。日本では他がなしえなかった大胆な都市計画を基に、名古屋という街が成り立っていることにそれは起因している。

そもそも名古屋は「清洲越し」という都市計画によってできあがった人工的な街である。清洲は織田信長の居城で、そのころ尾張の中心だった。その街をそっくりそのまま、台地を切り開いて移したのである。洪水から街を守るためだった。当時の人は、「思いがけない名古屋ができて、花の清洲は野となろう」と詠った。実際、ほどなく清洲は城下町もろとも、洪水で跡形もなく流されてしまう。

名古屋の発展は昭和の時代もつづき、帝冠様式を特徴とする名古屋市庁舎が1933（昭和8）年に建てられたのに次いで、名古屋駅が1937年、愛知県庁舎が1938年にそれぞれ完成する。「東洋一」といわれた地上5階（一部6階）、地下2階の駅舎は現存していないが、市庁舎と県庁舎はともにその威容を今日も目することができる。

名古屋の大きな転機となったのが戦争だった。軍需工場が多かったことから名古屋は空襲で焼け野原となり、名古屋駅も名古屋城も焼失する。戦後、文字通り、ゼロからの出発となる名古屋は、未来を見据えた都市計画によって立ち直ろうとする。主導したのは田淵寿郎。名古屋市の技監である。

## コンパクトな大都市

田淵の計画は実にユニークなものだった。主要幹線の幅員を50メートルとするとともに、二本の100メートル道路を軸としたのである。それは災害を防止し、その拡大を防ぐためだった。さらには来るべき自動車社会をも見越していた。


計画を実現し、名古屋を復興させるため、田淵は墓地の移転さえいとわなかった。もともと市の中心部には279の寺院があり、合わせて19万基あまりもの墓があった。単純に割っても、相当大きな寺院がひしめき、寺町を形成していた

のが容易に想像できる。タブーといえる計画に反感を抱く者は少なくなかった。それでも田淵の考えに賛同する僧もいて、平和公園に墓所をまとめることになった。それは名古屋の人びとの復興を願う切なる心の表れだった。

当初、東京をはじめ全国7都市で24本の100メートル道路を建設する計画があった。しかし、実現できたのは名古屋と広島のみ3本にすぎない。復興のスピードに計画が追いつかず、骨抜きになっていったのである。名古屋で可能だったのは、復興への要求が大都市圏に比べ、早急ではなかったためだった。計画遂行を待つ余裕があったことが功を奏した。決めたことをやり通す、きまじめな名古屋人気質が背景にはある。

1989年、名古屋市政100周年を記念して開かれた世界デザイン博覧会が名古屋に与えた影響には大きなものがある。デザインの面での立ちおくれが解消され、その後のまちづくりへの布石となった。近ごろでは大須や円頓寺、覚王山など、古からの門前町に、センスのよい新しい感覚の空間ができたりしているのは興味深い。

名古屋はとても暮らしやすい街でもある。中心がいくつもある東京や大阪に比べ、栄を中心にまとまる都市構造からくるものだ。玄関口である名古屋駅、企業や官庁の集まる伏見や丸の内、いずれも栄にほど近く、地下鉄で1駅か2駅の距離にある。中心を少しはずれると、良好な住宅地が広がる。

少子高齢化による人口の減少により、まちづくりのありようがいま、全国的に大きく変わりつつある。コンパクトな名古屋は、ここでも都市の近未来像を示している。



名古屋都市センターの羽根田英樹さんと、図書館スタッフの古橋実知さん。

# 名古屋めし進化論



あんかけスパゲッティの店、そ〜れ店主の金岡晃弘さん(右)と、スタッフの皆さん。

## あんかけスパの衝撃

はじめてあんかけスパゲッティを食べたときの驚きには、一生、忘れられないほど、強烈なものがある。「なにこれ？」というのが正直なところで、おいしい、おいしくないはさておき、猛烈なインパクトがある。嫌いな人ははっきりこの段階で敬遠することになるだろう。しかし、「あの味はなんだったのか」と思って二度、三度、味をたしかめるように食べているうち、「もしかするとこれはおいしいのかもしれない」と、すっかり虜になっている。そして、メニューなど見なくても、「ミラカン、イチハン」と“呪文”を口にして、注文しているのである（ミラカンは代表的なメニューの名前で、イチハンは1.5人前のこと）。

あんかけスパゲッティは、名古屋で生まれた名古屋独自のスパゲッティである。アルデンテなんて言葉をまだだれも知らなかった時代、スパゲッティとうどんを混同してできあがった「うどんスパ」の一種である。名古屋でスパゲッティといえばこのあんかけのことで、正統派パスタが希望なら、はじめにたしかめたほうがいい。ヨコイやそ〜れのほか、多くの店があんかけスパゲッティを出しているからである。

特徴は2.2ミリという極太麺。この太い麺にからみやすく、さめにくくするため、ソースに澱粉を加え、とろみをつける。とろみをつける前のソースを味見したところ、極上のミートソースだった。それがあんかけスパゲッティの正体なのだから、おいしいのもうなずける。単にミートソースにするのではなく、一工夫どころか、一ひねりしたのがあんかけスパゲッティというわけだ。

## 素材を活かして楽しむ

一工夫一ひねりは、名古屋めしに共通する発想である。それがほかにはない、独自性を生み出す。ひつまぶしも、天むすも、味噌煮込みうどんも、名古屋めしにはどれもやはり驚きがつきまとう。

ひつまぶしは、名古屋で生まれたうなぎ料理である。まずびっくりさせられるのがその見た目。蒸さずに焼いた蒲焼きを細かく切り刻んだものが、大盛りご飯のうえにびっしりのる。うな重ともうな丼ともまったく異なるものである。

食べ方にしても独特の作法がある。

はじめにおひつのご飯を十文字に切って四等分し、一膳目はそのまま、二膳目は薬味（海苔、アサツキ、ワサビなど）を加え、三膳目はだしをかけてお茶漬けに、さらに四膳目はそのなかでいちばん好きな食べ方をもう一度楽しむ、という具合なのである。

これが、うまい。そのまま食べてももちろんおいしいし、薬味を加えると味に広がりが出る。せっかくのうなぎをお茶漬けにするなんてもったいない、とはじめは思うのだが、やみつきになる。実際、ひつまぶしの原型は海苔を加えたお茶漬けで、「うな茶」と呼ばれていた。今日のひつまぶしとなったのは、昭和30年代のことだった。

天むすはもともと三重県津市にある天ぶら屋で、賄い食として生まれた。おもしろいことに、それを名古屋の大須にある元時計店が受け継ぎ、発展させた。1979（昭和54）年のことだった。だから店の屋号は千寿だが、社名は「株式会社藤森時計店」だったりする。

天むすの認知度ははじめはなきに等しく、2年あまりはほとんど売れなかった。天井屋とまちがえてくる人もあとを絶たない。それを食べたのが名古屋を訪れる芸能人だった。仕出し弁当などで天むすを食べた人たちが、「名古屋にはおいしいおにぎりがあ」と広め、あっという間に全国に知られた。

それも天むすがおいしいからにはほかならない。よい素材を使うのを信条としていて、お米も海苔も吟味したものを使っている。おにぎりというシンプルな料理ならではのこだわりだろう。とくに大須の小さな店先で、できたての天むすを食べるのは格別だ。

## 不思議な組み合わせ

名古屋生まれながら、「名古屋ラーメン」ではなく、台湾ラーメンと呼ばれる辛いラーメンがある。中国台湾料理の店として知られる味仙が、台湾で一般的に食べられている担仔麵<sup>タンツォー</sup>をアレンジしてつくったものだった。台湾人のつくったラーメンという思いが、名前には込められている。

台湾ラーメンの誕生は1970年代はじめにさかのぼる。もともとは賄い食で、それに目をつけた常連客からのリクエストでメニューに加わった。長らく知る人ぞ知る存在だったが、1980年代後半の激辛ブームで人気になり、ほかの店でも出す名古屋めしの定番となった。

担仔麵自体は辛いものではなく、まったくの別物であることから、ここにも一工夫と一ひねりが見られる。それに、ただ辛いだけではなく、うまいのである。

この味を出すためにははずいぶん手間暇をかけている。たとえば味仙では、大きな肉の塊を包丁で刻み、ひき肉にする。こうすることで、具の肉に甘みや歯ごたえを増す。

名古屋のソウルフードといわれるのがスガキヤのラーメンだ。いまどき一杯300円。そして、なぜかあんみつやソフトクリームなど甘味の数々がメニューに並ぶ。ラーメンと一緒に甘いものを食べる文化が名古屋にはある。

スガキヤは戦後間もない1946年、名古屋の中心地である栄で産声を上げた。はじめは甘味処で、客の前で砂糖を振りかけるぜんざいが評判だった。その2年後、ラーメンも出すようになる。甘味とラーメンの不思議な組み合わせは、店の歴史によるところが大きい。喫茶店メニューの定番となっている小倉トーストも、この系譜と考えられる。

## うどんにも一工夫

名古屋名物でありながら、その立ち位置がいまひとつよくわからないのがきしめんかもしれない。名古屋城をつくるとき、築城にかかわる大勢の人の食事として、早く茹であがるように平らにしたのがはじまりだとか、もともとはキジの肉が入っていたからきしめんと呼ばれるとか、いろんな説がある。

忍者がうどん玉を入れた器と、つゆの入った器を腰にぶら下げて行動し、

食事のときはうどん玉を手のひらで叩いて切ったのが原点という人もいる。カップ麺などなかった時代、武士や忍者が戦いの合間に湯を沸かし、きしめんをつくっていたところを想像すると、なんともどこかである。

きしめんは麺が平たい分、やはり早く茹であがるが、それだけ早くのびてしまう。おいしいきしめんは、麺のコシが強いわけでも、弱いわけでもなく、つるつると食べるのにちょうどよい塩梅がある。ただ平たいだけのうどんではない。

カレーうどんも名古屋名物で、名古屋めしのひとつだったりするのだが、なぜカレーうどんなのかもいまひとつよくわからない。しかしそれもまた一工夫と一ひねりなのだろう。鶏ガラでとったスープに和風だしを足し、カレー粉を加える。太い麺に、具はおあげ、かまぼこ、肉、ネギといたってシンプル。

味噌煮込みうどんと呼ばれる山本屋本店も2013年、鯉市というカレー煮込みうどんの店を大須ではじめた。味噌煮込みうどんの硬い麺をカレーうどんに使った新しい味である。10年くらい前から試行錯誤をはじめ、いちど頓挫したあと、ふたたびメニュー開発に取り組んだ。食べてみるとなんともおもしろい味で、そこにはたしかにこれまでにない、新しい名古屋めしの萌芽が感じられるのである。

名古屋めしはかくして技術革新をつづけ、進化をしつづける。これまでにない、まったく新しいものが生まれ、淘汰されながらも、定着していく。食というものは風土と深く関わるものだが、名古屋めしの場合は自動車産業をはじめ、国内工業の中枢に位置していることが大きいのだろう。食のハイブリッドなわけだ。○



カレー煮込みうどんを発売した山本屋本店取締役の市村謙太郎さん(左端)と、スタッフの皆さん。

# 名古屋土産の今昔



株式会社坂角総本舗マーケティング部の山田満さん(中央)と、販売スタッフの皆さん。

## 名古屋といえいろいろ

子どものころ、親が出張先から買って帰るお土産を楽しみにしていた記憶のある人は、さぞ多いことだろう。大阪のおこし、京都の八つ橋や五色豆、名古屋のいろいろ、浜松のうなぎパイ。土地と土産物がカルタのように結びついた。子どもの喜ぶ味ではないものもなかにはあったが、それもまたいい思い出だったりする。

そんな土産の記憶から、いつしか名古屋といえいろいろになっていた。しかし、このいろいろほど、食べたことのない人に味の説明をするのがむずかしいものはないだろう。白、さくら、抹茶など、色のちがいがそのまま味のちがいであるにしても、そうとは言い切れない曖昧さがある。羊羹のようで羊羹ではないし、餅のようで餅でもない。いささか不思議な味わいがある、それがいろいろという個性なのだから仕方ない。

いろいろが名古屋の土産物として定着していくのは、鉄道と大きな関係がある。ことのはじまりは1931(昭和6)年と、ずいぶん古い。名古屋駅構内の売店にいろいろを並べ、プラットホームで駅弁のように立ち売りのためである。

そのころの名古屋は繊維の街として栄え、全国各地から集まってきた女性が働いていた。彼女たちが益暮れなどに里帰りするとき、土産物に選んだのがいろいろなのである。安そうに見えず、重量感のあるいろいろは、少ない給料から買う土産にはぴったりだった。みんなたくさんのいろいろを買い込み、帰省列車に乗り込んだ。

東海道新幹線が1964(昭和39)年、東京・新大阪間に開通すると、いろいろの車内販売がはじまる。真空パックすることで、日持ちもよくなった。それが決定打となり、名古屋土産といえいろいろという図式ができあがる。新幹線により出張の機会が増えことも、需要を支えた。

## 高価で軽いえび煎餅

状況が変わりはじめたのは、1990年前後のことだった。「ゆかり」というえび煎餅が急浮上してきたのである。商品の発売は1966年にさかのぼるのだが、高級感がバブル時代のニーズに合致し、一躍、脚光を浴びたのだった。

多くの日本人にエビは高級とのイメージがあるうえ、それを黒い缶に入れて、個別包装することで高級感を演出した。一つひとつ配りやすいことから、会社への土産物としても重用される。

製造元である坂角総本舗が綿密なマーケティングに基づき、急成長を実現したと想像していたが、必ずしもそうではなかった。高級志向という時代が背景にあり、運よくその波に乗ったのが真相らしい。

かつてはいろいろの重量感が喜ばれたものだが、逆にえび煎餅の軽さがもてはやされた。重たい思いをしてまで、土産物をもっていきたくないと考える人が増えたのである。こうして年間7000万枚のヒット商品は生まれた。

とはいえ、土産物下克上を生き抜くのは、簡単なことではない。景気の悪化にともない、高級であることが逆にネックとなり、さらにギフトの機会が減ったことから、販売が下向く。わざわざ名古屋から土産物をもっていかなくてすむよう、全国各地に販売店を展開したことも、名古屋の土産としての位置を揺るがした。

そこで2000年ころ、名古屋限定商品として黄金缶入りの「ゆかり」を発売する。中身は同じことから、販売にあたって、社内には反対意見が多かったというが、これがヒットする。とくに女性の人気を集めた。

名古屋駅にある土産物店を覗くと、いろいろやえび煎餅はもちろん、名古屋らしさをアピールする土産物がほかにたくさん並ぶ。どれにしようか、家族や友人知人の顔を思い浮かべながら選ぶのはやっぱり楽しい。📦



# 花咲く味噌文化

## 決め手は豆味噌

数ある名古屋めしのなかでも、味噌煮込みうどんや味噌カツ、あるいは「どて」と呼ばれるもつ煮込みは別格である。名古屋めしの基本が創意工夫にあるとしたら、味噌を使うこれらの料理は、名古屋のDNAに深く根ざした伝統的な味覚だ。

名古屋には、ほかの地域にはない味噌文化がある。食習慣とか、風習とか、あっさりしたものではなく、もはや文化といってしまうほうが、名古屋と味噌の関係をうまく説明できる。なんでもかんでも味噌といってしまうえば大げさだが、要は醤油やソースのようにも、味噌を使うのである。

名古屋の味噌といえば赤い豆味噌。色が赤い味噌なら全国ほかにもあるが、大豆と塩だけを原料に仕込むのが特徴である。見た目はずいぶんこってりしているが、食べてみると意外にあっさりしている。思ったほど塩辛くもない。栄養価の高い豆味噌を食べるからこそ、名だたる戦国武将がこの地に生まれたのだと、名古屋の人たちは味噌文化を誇る。

味噌煮込みうどんは、ぐつぐつ煮えたぎった土鍋で出される。ひとくち口にすると、味噌の強い味に負けにくい、だしの強さと香りが鮮烈な印象を残す。具はおあげ、ネギ、玉子、鶏肉など。太い麺には歯ごたえがあるほど、芯が残る。

一方、味噌カツは赤味噌にザラメなどを加えた味噌だれをトンカツにかける。屋台で飲んでいた人が串カツを「どて」に突っ込んで食べたのが発祥だとも、たまたま串カツが手から滑り落ちて「どて」に入ったのがはじまりだともいわれる。

## ライバルで守る伝統

名古屋味噌文化の聖地が、岡崎市八帖町にある。八帖町でつくられるから八丁味噌。岡崎城から八丁（約880メートル）に位置するからこの名があるといわれる。「ちょう」の漢字がいろいろ異なるのが興味深い。

八帖町にある味噌蔵はわずか二軒。旧東海道の、現代の目から見ればずいぶん細い道をはさみ、カクキューとまるやは向かい合っている。創業は江戸時代のはじめころで、まるやのほうが早い、と考えられている。

カクキューには、自家用に試作した味噌を近くの人に分けて好評だったの

が創業のきっかけだと伝わる。一方、まるやは農家の人たちが農閑期に集まり、みんなで仕込んだのがはじまりという。

なぜこの地であったかは、大豆の生産が周辺地域で盛んだったこと、近くを流れる矢作川河口で塩の生産がおこなわれていたこと、川を使って山から味噌樽をつくる木材や燃料となる薪を運べたこと、仕込みに使う石が川原にあること、きれいな水が豊富なことなどが挙げられる。川石を円錐形に積む仕込み樽の並ぶ味噌蔵の光景は圧巻だ。

ふたつの味噌蔵が道を隔てて向かい合うなんて、さぞやりにくい気もするが、お互いが最大のライバルで、歴史を振り返ると関係のよいときも悪いときもあった。苦しいときは助け合ったり、婚姻関係を結んだこともある。味噌蔵がふたつあったから、今日に至るまでつづけてこられたのだとも。2005年には八丁味噌協同組合を結成。八丁味噌をより広く知ってもらおうと力を合わせている。

いまま昔ながらの手法を守り、職人技を頼りに味噌を仕込む。樽の上に石を積むにも10年の下積みがある。つくっている場所はほとんど同じ。材料も同じ。それでも、蔵に住み着く菌のちがいが、できあがる味噌にちがいが出る。麴から出る乳酸菌が八丁味噌独自の酸味を生む。

八丁味噌は八丁味噌で、よく知る人でないとふたつの蔵のちがいはわからないかもしれないが、それぞれに顧客やファンがいる。味噌煮込みうどんの店や、名だたる料亭も、カクキュー派とまるや派にわかれる。しかもそのまま使うのではなく、ほかの味噌と合わせ、それぞれ店の味を出す。そこがまたおもしろい。🍷



株式会社まるや八丁味噌の石原友保さん(右端)と、スタッフの皆さん。

# 大須人気の秘密



大須商店街の店主たち。呉服屋で大須商店街連盟会長の今井富雄さん(中)、漬け物屋の浅井泰雄さん(左)、おもちゃ屋の酒向英雄さん。

## ごった煮の街

名古屋の繁華街である栄の南側、歩いても行ける距離に大須はある。全国どこにでもある、典型的なアーケードではあるのだが、いま日本でもっとも活気のある商店街のひとつだ。

大須はなんとも奇妙なところである。とらえどころがなく、得体が知れない。アーケードを歩き、路地をさまよっているうち、キツネに化かされている気持ちになってくる。まずは地理感覚を失う。そして、いつしか深みにはまり、どこにいるのか、よくわからなくなっている。店を覗き、ビルに足を踏み入れると、その度合いはいっそう強まる。途中でなにか食べたり買ったり、おもしろいものを見つけたり。それが大須の楽しみ方でもある。

大須にはなにもかもが混在している。若者向けの店に年配向けの店。100年つづく老舗に並び、はじめたばかりの古着屋や飲食店がある。パソコンショップやマニアックなオーディオの店、鮮魚や野菜を売る市場もある。国籍不詳なところがあり、ブラジルやイタリア、台湾や韓国の店に長い行列ができる。

大須の歴史は江戸時代にはじまり、大須観音や萬松寺の門前町として発展した。昭和20年代から30年代はじめにかけては盛り場として大いににぎわい、映画館などに訪れた人を目当てに、店は夜遅くまでやっていた。映画が数少ない娯楽だった時代、映画のあとに買い物をしたり、食事をしたのである。コンビニがまだない時代だったが、多くの店が夜の10時や11時まで開いていた。

しかし、昭和40年代になると人の流れが変わり、栄に集まる

ようになる。客を取られたかたちの大須はすたれ、地元の人しか歩いていない状態が長らくつづいた。若者の集まる街にしないとだめだと、第1アメ横ビルのできたのが1977(昭和52)年のこと。家電やパソコンの店が集まり、大須は電気街の顔をもつようになる。

## 5坪から発展した店

若者が集まりはじめると、スニーカーやジーンズの店ができる。こうして大須は時代のニーズに応じた百変を遂げはじめる。実際、新しい店ができては消え、およそ1300ある大須の店舗のうち、毎年その1割が変わる。

老舗も決して安泰ではなく、店をやめて、テナントに貸すところが増えている。10年前は老舗が6割、テナントが4割だったのに対し、近ごろは老舗が4割、テナントが6割と逆転している。商売替える老舗も少なくなく、眼鏡店がフィギュアの店になるなどの例がある。10年20年の単位で見ると、人びとの考え方や生活様式が変わることで、多くのものが劇的に変わっていく一方、なにも変わらないものがある。それらが混じり合い、なにか別の力を生み出しているところに、大須の魅力はある。

リサイクルショップ大手のコメ兵は、そんな大須を象徴する店だ。もともとは半田市の米屋だったが、戦後、大須で古着屋をはじめ。5坪の小さな店だった。つまりはいまどきの若者のはじめる古着屋と出発点は同じなわけである。それが7階建ての立派なビルを構え、全国展開するまでになった。

堅実だが見栄っ張り、結婚式など、ここぞというところでは派手にお金を使う名古屋人気質。コメ兵はそこにすっぽりはまった。次から次にブランド品を欲しがることがあれば、少しでも安く手に入れたい人がいる。人口がより多い東京や大阪に高級ブランド品の買い取り拠点をあいても、仕入れの3割以上はいまも大須に集まる。

コメ兵は大須という下町ならではの店である。大須に育てられ、大きくなった。もし栄にある店であったとしたら、客も見栄を張り、中古のブランド品を買うことはなかっただろう。名古屋のなかで、栄と大須が役割分担をしているわけである。}

# 名古屋の女子力

## かわいくありたい女心

名古屋の女性は元気がいい。母と娘で仲よく街を歩き、買い物をしたり、食事をしたり。ファッションに気を配り、おしゃれすることをなにより楽しむ。女性らしい気配り心配りも忘れない。そんな女子力が、名古屋を支えている。

名古屋市内の女子大学に通う5名に話を聞くと、女子力が活力を生み出す、名古屋のメカニズムが見えてきた。



名古屋の女性はたしかに派手かもしれない、と感じている。自分をかわいらしく見せるため、世界の一流ブランドを好み、「巻き髪」と呼ばれるヘアスタイルを編み出した。こうしたファッションから、「名古屋嬢」という言葉が生まれ、全国に知られた。ブランドに頼るのは、わかりやすいから。ブランドのマークがついていたり、見るだけでそれとわかるものが人気を集める。

とはいっても、大阪の派手さとはちがうし、東京のファッションともちがう。ブランドに頼らずにすむファッションは、名古屋にはまだ育っていない。ブランドを好むのは、やはり見栄っぱりなどところがあるからだろう。

流行に敏感で、すぐに飛びついてきた。かわいい服を着て、かわいい鞆をもって、かわいい髪型にして、とにかく自分をかわいらしく見せたい。欲しいものは欲しい。親をスポンサーにして、高価なブランド品も手に入れた。

それでもアルバイトをすることで、800円稼ぐには1時間、一生懸命、働かなくてはいけないなど、社会の仕組みを少しずつ理解した。アルバイトをして貯めたお金で留学することで、とても食欲に勉強できた。

親子の仲がいいのは、名古屋には自宅通学の子が多いからだろう。生活の近くにいつも親がいて、家族のことを意識せざるを得ない。大学生になっても門限があるのはちょっといやだけど、親が子どものことをしっかり考えているからだと思う。

## 幸せのかたち

男も女も対等に働き、対等に暮らしていければいい。自分の稼いだお金でなにかできたらと思う。それでもせつかく女に生まれたのだから、女性らしく生きたい。上から下まで美しく、爪

の先まできれいにしていたい。見た目ばかりではなく、気遣いのできる、やさしい人でありたい。大人としての気品をもちたい。

そのためには向上心を忘れずに、着るものや食べるものにきちんと関心を払ったり、自分をマネジメントすることが大切。女であることを忘れるとしたら、自分がなくなってしまう気がする。女らしさは生きる目標のようなもの。

この先、結婚しても、目標をもって生きていきたい。自分になにか光るものをいつまでももちつづけていきたい。自分ならではの意志をもち、自立していきたい。どんなときもポジティブでありたい。人とのつながりを大切にしたい。年を重ねても、年齢に応じたきれいさを追い求めていきたい。

それでも、なにが幸せなのかを考えると、わからなくなることがある。仕事のために生きることなのか、家庭のために生きることなのか。結婚して、夫についていく生活もいいなと思ったり。仕事を満足するまでして、結婚したら家庭をだいいちにするのがいちばんかな。



名古屋に生まれ育った若い女性たちは、ずいぶんしっかりした考えと将来像をもっている。新しさを求める気持ちをもちながら、とても保守的なのである。

とにかく元気で、明るい。そういう親に育てられ、そういう親の姿を見て育ったということなのだろう。そこに名古屋らしい女子力の源を感じる。よくよく考えると、それは名古屋そのものであり、名古屋の土地柄である。むかしから女子力が名古屋を強くしてきたのだ。🏠

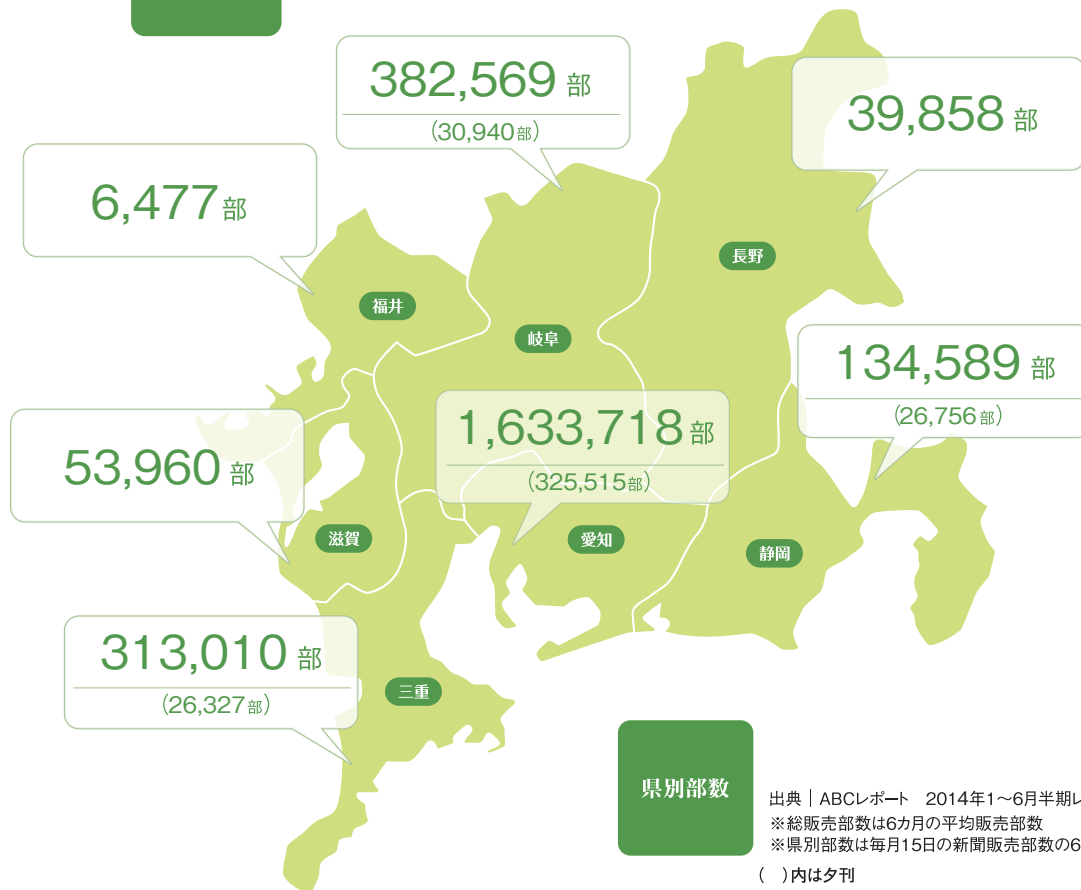


就職を控える名古屋の女子大生、北村美樹さん、片山悠里さん、伊藤環さん、古澤恵さん、小川綾音さん(左から)。背景の写真は伊藤さんの作品。

# 中日新聞基本データ

## 2,566,310 部 朝刊

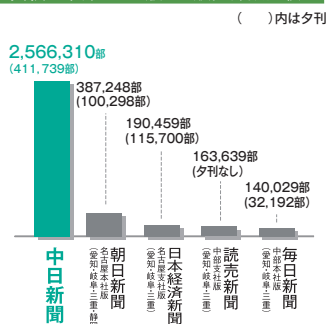
**総販売部数** **411,739 部** 夕刊



### 県別部数

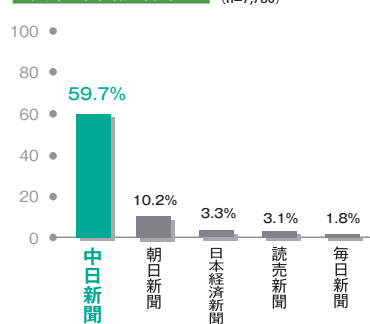
出典 | ABCレポート 2014年1～6月半期レポート  
 ※総販売部数は6カ月の平均販売部数  
 ※県別部数は毎月15日の新聞販売部数の6カ月平均  
 ( )内は夕刊

### 全国紙の中部エリア版との販売部数比較



出典 | ABCレポート 2014年1～6月半期レポート

### 東海3県読者率



出典 | ビデオリサーチ「第13回全国新聞総合調査」(J-READ:2013年実施)  
 ※閲覧者率の標本サイズは各県の15～69歳人口に合わせたウェイト集計後の  
 規正標本サイズで表現しており、回収数とは異なります。

### 文・写真

#### 増田幸弘(ますだ・ゆきひろ)

1963年、東京生まれ。フリーの編集者/記者。

現在スロバキア在住で、日本とヨーロッパを行き来して取材をおこなう。おもな著作に『プラハのシュタイナー学校』(白水社)、『ザルツブルクとチロル アルプスの山と街を歩く』(ダイヤモンド社)など。本冊子は中日新聞広告局発行の『アドファイル』に連載した「東京人のナゴヤ検証学」を再取材してまとめたものである。

中日新聞東京本社 広告局

## TEL 03(6910)2483

〒100-8505 東京都千代田区内幸町2-1-4

中日新聞社広告局ホームページ

<http://www.chunichi.co.jp/approach>