

## 成果報告書

(公演・展覧会・研修用)

団体名称	公益財団法人 山本能楽堂
担当者連絡先	(担当部署) 事務局 (氏 名) 山本佳誌枝 (電 話) 06-6943-9454 (F a x) 06-6942-5744

## 1. 概 要

事業名	《契約件名》	「だし文化」についての検証、魅力の再構築、および次世代への継承
事業期間	令和3年2月18日 ～ 令和3年3月31日 * 契約日から、事後の整理期間まで含んだ期間を記載。	
事業の必要性	<p>分野における人材育成に係る環境・現状</p> <p>(だし文化における人材育成に係る環境や現状について)</p> <p>1、昆布の生産者・販売店の視点から 昆布の生産地は北海道が中心ですが、生産地である北海道では、ほとんど昆布が食べられていない。昆布の加工や出汁の中心は大阪で昆布の消費量も大阪が全国で1位である。また、昆布の生産量は、1990年2万9030tで3万トン前後の推移であったが、2000年2万2027tであったのが、2020年には1万3232t にまで落ち込んでおり、ここ20年の間で半分近くまでに減少しており、このデータから出汁をとる習慣がなくなっていることが顕著にあらわれている。 昆布の需要がここまで減ってしまった最大の原因は、顆粒や液体のだし調味料を使いだしをとることが家庭用として定着したことで、だしをとるために昆布が使われなくなったとされている。 また、昔に比べ、漁師が出稼ぎへ行くことは無くなったが、昆布漁の従事者は、重労働の割に収入が少なく、後継者が育たない。昆布の中でも価格の高い真昆布が獲れる道南地方ですら、最上品質の真昆布が獲れるごく一部の浜を除いて、昆布漁をしているのは高齢ばかりで、あと10年もしたら、北海道から昆布漁師がいなくなってしまうと危惧されている。</p> <p>2、かつを節の生産者・販売店の視点から 鰹節は古来より日本の食を支えている食材の1つであるが、かつては、日本の近海で漁獲された鰹が鰹節の製造に使用されていたが、現在では日本近海の鰹を使った鰹節の生産量は極めて少なく、遠洋漁業による冷凍鰹が鰹節に使用されている。 全国の鰹節生産量は、2000年 4万339t、2010年 3万2759t、2019年 2万9104tであり、過去15年の間に約3割減少し、鰹節企業の市場が縮小の傾向になってしまった。その背景には鰹節を購入する人が減少し、手軽な顆粒や液体だしが家庭料理の中で普及したことが関係している。 また、かつを節の製造は、本来は、水揚げされた鮮度抜群のカツオを手作業で加工し、半年から1年もの時間、優良な麴カビの力を最大限に生かし、カビづけと天日干しを何度も行うことで、じっくり旨みを凝縮させ、職人の手間ひまをかけて仕上げられていくが、機械化による大量生産で、職人の手仕事の技術も途絶え始めている。</p> <p>3、いりこの生産者・販売店の視点から 片口いわしの煮干すところでつくられるいりこは、地球環境の変化により、年々漁獲量から減少傾向にある。1992年には、9万4000tあった煮干しの生産量は、2016年には、5万6000t(内、いわし/18,900t、しらす干し/31,953t、その他/5,300t)にまで減少している。また、製造の過程でも1匹1匹が持っている旨味が異なるため、見極めることが大変難しい作業であり、職人が減少しており、後継者不足に悩まされている。</p> <p>* 報道や客観的データをもとに記載</p>	

<p>事業の必要性</p>	<p>本事業実施にあたって活かせる団体の強み</p>	<p>今回の事業では、大阪を拠点に世界的に活動を展開するデザイナー集団grafと若年層に人気の高い雑誌編集やwebサイトのコンテンツ制作、イベントの企画・運営なを行っているインセクツが共同で事業を行うことで、これまでの、既存の枠の中での「食文化」の継承活動とは視点が異なる新たな食文化の魅力創出を行い、関西固有の郷土料理である「だし文化」の継承に新たな風を吹き込むことが可能となった。現在、60歳以上の高齢者層には「だし文化」が生活の中に根づいているが、コンビニなどに慣れてしまった若年層やファミリー層にはなかなか「だし文化」の魅力が伝わりにくくなっている。今回の事業では、食文化を含め、長年大阪の文化や伝統の継承を行ってきた山本能楽堂が、地方再生のブランディングで高い実績を持ち、全国の生産者とのネットワークを持つgraf、そして大阪の多彩な食文化の魅力を雑誌をはじめ様々なメディアで発信し続けるインセクツが共同で事業を行うことで、未来に向けての新しい「だし文化」の魅力発信を行い、通常「だし文化」に興味を持つ中・高年者層よりも若い年代あるいはファミリー層に、長い歴史を持つ「だし文化」の魅力を伝え継承に役立てることができた。</p> <p>さらに、これまでのネットワークを活かし、2025年日本国際博覧会に向け、大阪商工会議所が“世界における大阪の食のブランディング”を主たるミッションとして、大阪観光局とともに立ち上げた、「“食創造都市 大阪”ブランディング・プロジェクト」と連携し、だし文化を“食創造都市 大阪”の観光資源として、磨き上げる予定であったが、大阪に緊急事態宣言が発出されたため、やむをえず中止となった。しかしながら、今回の事業の成果を今後も“食創造都市 大阪”ブランディングに活かし、次代への継承につとめていく所存である。</p> <p><small>*強みとして有している資源(情報、能力、経験、信頼、文化など)を記載</small></p>
<p>事業のねらい、波及効果など (事業の趣旨)</p>		<p>日本は周囲を海に囲まれた島国であり、海から、里から、山から、四季折々の豊かな恵みが自然からもたらされてきた。南北に長い日本では、歴史や文化を背景にその地域ならではの独自の食文化が育まれた。ユネスコ世界無形遺産に登録された「和食」は「だし文化」を基幹としており、関西で育まれた食文化である。言うなればそれは、関西の郷土食であり郷土文化である。そして、江戸時代になり商人が「天下の台所」の大阪に集まり、北海道産の昆布が江戸より先に大阪に運ばれてきたことなどから、昆布を使った上品なだし文化が発達し、関西の食文化の底辺を支え、豊かな食文化が発展をとげた。</p> <p>今回の事業では、関西の郷土食の基礎となる「だし文化」について検証し、その魅力を再構築し、現代の生活環境下での家庭料理における「だし文化」のさらなる普及・促進につなげ、継承のためのアーカイブ化することを目的に実施した。コロナ禍で、外出自粛要請などが相次ぎ、これまで持つことのできなかつた「自宅での時間」を楽しむ人が増えてきた。コロナ禍をマイナスイメージだけでなく、日本でも育まれた食文化を継承するための絶好の機会として捉えなおし、コロナ禍における「だし文化」の新たな価値創造によって、だし文化の新しい可能性を見出し、関西で育まれた「だし文化」の伝統を次代へと継承するためのきっかけとなるよう取り組んだ。</p> <p>また、和食とは単に味わうだけでなく、自然を敬う日本人の心が育んだ食の知恵、工夫、習慣のすべてを含んだものである。「だし文化」が生活の中で伝えられてきた関西には、独自の「もてなし文化」も残っている。今回の事業では、「だし文化」によって育まれた若い世代の食を中心とした「美しい関西の暮らし方」や「もったいない文化」も発信することで、日本人が総合的に楽しんできた生活文化やその魅力も伝えてくよう取り組んだ。また、現在もコロナによって甚大な被害を受けている食文化を支えている従事者の方々に、動画を見ることで、直接的な支援につながるよう事業を実施した。</p> <p><small>*本事業で目指すこと、試みること(目的・ねらい)を記載。定性的なねらいや波及効果に加え、できる限り定量的な目標値も記載。</small></p>

2. 公演・展覧会・研修について

公演・展覧会・研修名	「だし文化」についての検証、魅力の再構築、および次世代への継承		
公演・展示・研修 研修期間	令和3年3月15日 ~ 令和3年3月31日 公演のみ記載→《ステージ数》 <span style="float:right">ステージ</span>		
実施場所	<p>動画①「恥ずかしい料理」 於：松村家（一般家庭）<span style="float:right">（所在市町村：大阪市天王寺区）</span></p> <p>動画②「本当のおだしの役割」 於：うね乃株式会社<span style="float:right">（所在市町村：京都市南区）</span></p> <p>動画③「だしを使いこなすかんたん料理術」 於：graf porch<span style="float:right">（所在市町村：大阪市北区）</span></p> <p>動画④「日々の家庭的だしクッキング」 於：graf porch<span style="float:right">（所在市町村：大阪市北区）</span></p> <p>動画⑤「大阪の食文化と昆布の未来」 於：こんぶ土居<span style="float:right">（所在市町村：大阪市中央区）</span></p> <p>動画⑥「いりこだしの可能性」 於：やまくに<span style="float:right">（所在市町村：香川県観音寺市）</span></p> <p>動画⑦「旨味じゃない、昆布の話」 於：国立民族学博物館<span style="float:right">（所在市町村：吹田市）</span></p> <p>動画⑧シンポジウム だし文化を継承するために 於：山本能楽堂<span style="float:right">（所在市町村：大阪市中央区）</span></p> <p><small>*不足する場合は、行を追加すること</small></p>		
視聴者合計	2829人(内育成対象者50人)	1 動画あたりの視聴者数 <small>※展覧会・研修は斜線を引くこと</small>	約400人
視聴料金	無料		
動画概要	<p><b>【動画概要】</b></p> <p>①「恥ずかしい料理」 (概要) だし文化を次代へとつなぐため、30~40歳代のファミリー層に向けてだし文化を基本とした家庭料理の再興のため、各家庭だけで好み食されている料理に注目し、その魅力を共有する。 (目的) だし文化や日本の食生活を基本にしながらも、他人に見せることが恥ずかしいとされているような家庭料理を発掘し、共感を生み、本来の日本の料理である「家庭料理」の魅力を見つめ直す。 (内容) 愛すべき恥ずかしい料理という名の家庭料理をまとめた書籍「恥ずかしい料理」の著者・梶谷いこ氏と編集者・堀部篤史氏による家庭料理の再興のための特別対談。“恥ずかしい料理”と聞くと、失敗した料理、または、おいしくない料理のような印象と持たれがちであるが、その家庭でしか味わい得ない料理を“恥ずかしい料理”と表現し、家庭料理への思いや、だし文化をベースに受け継がれる家庭料理の自由さを再発見し、新しい家庭料理分野を発掘し、共有することで、家庭料理の再興を目指す。</p> <p>②「本当のおだしの役割」 (概要) かつおぶしの郷土との関係や生産状況、日々の生産や活用方法・取り組みなどをドキュメント動画として撮影し公開する。 (目的) 歴史や文化的背景から、かつおぶしが、どのようにして日本の食文化に取り入れられていったか、日本の味を作り出す現場はどのような状況でどのような想いでいるのかを探る。 (内容) 日本の食文化を下支えする「だし文化」になくてはならないかつおぶしについて、製造者から、かつおぶしを全国へ届けているかつおぶし問屋のうね乃店の取組を事例紹介。産地ごとに質の良いものだけを仕入れ、熟成させ、極限まで水分量をへらしかつおぶしは製造される。その熟成と乾燥の過程で、中心にうまみが凝縮された枯節を最適な温度で蒸すことで均等なおいしさの鰹節を削り出すことができるその製造過程や、日本の食文化の中で欠かさないだしの本当の役割についてなど、代表の采野元英氏が詳しく紹介。</p> <p>③「だしを使いこなすかんたん料理術」 (概要) 次世代に「だし文化」を継承するため、これまで和食を中心に使われてきた「だし」を、現代の若い世代が日常的に取り入れやすい、だしの使い方を紹介する。 (目的) 「めんどろそう」「むずかしそう」といった、だしの固定概念を崩し、多様化する日本の食卓に再び出汁文化が根づくことを目的に、様々なだしの活用法を紹介。 (内容) 昆布をベースとして、かつお節や煮干といった素材を使い分けて作るだしの違いについて紹介し、だし文化を通して考える現代の食文化への新たな魅力を構築する。素材によって異なるだしのとり方や、洋食や中華料理にまで工夫できる万能なだしの使い方の可能性を追求し、出汁を日常生活に取り入れることができるよう促す。</p>		

動画概要

④「日々の家庭的だしクッキング」

(概要)

日々の家庭料理の中で、使われてきた「だし文化」の事例紹介。「だし文化」を生活に取り入れることの大切さを社会に向けて意識変革を促す。

(目的)

何気なく取り入れられているだしとその料理は、誰に向けられ、どんな想いで食卓に並べられているのかを日常に近い調理風景の中で再発見し、その魅力を発信し、大阪の食文化とだし文化の今後について考察する。

(内容)

「だしをとって料理をする、日々のルーティーンが大切」という思いを伝え、大阪の食文化とだし料理の今後について考える。日々家庭料理と向き合うことでの気づきや、だしの利点、いりこやかつお節のだしを使い分けなど、家庭でこそ可能な、自由自在なだしの使い方によって、だしの次代への継承を探る。

⑤「大阪の食文化と昆布の未来」

(概要)

大阪の老舗昆布店「こんぶ土居」による昆布の未来や、大阪の食文化を支える昆布の役割についての紹介動画。

(目的)

日本料理に欠かせない、昆布について、過去・現在を振り返りながら、未来どうなるつながべきかを考える。

(内容)

大阪の老舗昆布店・こんぶ土居に聞いた昆布の未来についての紹介動画。昆布だしは、世界的に他に類を見ない日本独自の使い方であり、日本料理には欠かせないものである。創業以来110年以上、昆布の販売を営む「こんぶ土居」の4代目店主・土居純一さんに昆布の歴史、大阪と昆布の関係性についてインタビューを行った。そして、現在、天然真昆布の漁獲高が平成26年をピークに下がり続けている現状や、昨今の気候、海洋問題の影響を受けている産業の担い手として、現状をどのように捉え、未来につないでいくのか、サステナブルな未来に向けた問題意識を共有する。

⑥「いりこだしの可能性」

(概要)

いりこだしの郷土との関係や生産状況、日々の生産や活用方法・取り組みなどをドキュメント動画として撮影。

(目的)

歴史や文化的背景から、いりこがどのように日本の食文化のだしとして取り入れられていったか、日本の味を作り出す現場はどのような状況でどのような想いでいるのかを探る。

(内容)

確かな目と手仕事が生む、うまみの濃いいりこだし 香川県観音寺市の西の沖合にある伊吹島とその周辺に広がるひうち灘は、質のいい片ロイワシの漁場として知られている。そこで水揚げされたイワシの中で、本当に質のいいものだけを仕入れ いりこの状態をひとつひとつ見極め、上品な中にもうま味が豊かな「銀付きいりこ」のみを厳選し、さらにいりこの頭と胴、えら、はらわたを手作業で丁寧に取り分け煎ることで生産している生産者の紹介。かつおだしとはひと味異なるいりこの力強いうまみが楽しめる透明感のある上品なだしをとることができるそのだしの美味しさや魅力、完全無添加で体に良い自然食材であるいりこへの想いを代表の山下加奈代氏、と山下公一氏、山下万紀子氏が紹介。

⑦「旨味じゃない、昆布の話」

(目的)

単に、だしを味わうだけではなく、その歴史や日本で育まれた経緯などを学び、より深くだしについて学ぶ。動画を視聴することで、味覚やだしを中心とした暮らしの中の知識も身につけることができるよう促す。

(内容)

昆布を「だし」として初めて活用したそのはじまりと昆布の採り方、や当時の昆布漁の漁師について考察する。江戸時代以前の昆布の活用については、不明なことが多く、昆布がいかにして、採られ、日本の食文化の中に根付き、広がったのか、現代にまでつながる昆布の食文化のルーツを探る。

⑧シンポジウム だし文化を継承するために

(概要)

今回のプロジェクトを通して、各人がそれぞれ出汁について、日常でどのように活用しているか、またどうすればだし文化が次代へと継承されていくのか、日本の食文化の伝承とその魅力の再構築について、改めて振り返りトークセッションを行う。

(目的)

改めて見つめ直すことで、後世に伝えるべきこと・本質的なことを見出し、日本の食文化が今後どうあるべきかを議論し、多方面で活動する登壇者がそれぞれの分野に置き換え、それぞれの役割を再確認するきっかけを生み出す。

\*公演・展示・研修概要、上演作品のあらすじ等を記載。



<p>育成対象者</p>	<p>◇土居純一（どい・じゅんいち）  大阪の老舗昆布店・こんぶ土居4代目。様々なジャンルの方達との交流にも積極的でこれまで多数のトークショーなどに出演。2014年には初の著書となる書籍「大阪・空堀 こんぶ土居 土居家のレシピと昆布の話」（ぴあ）を発売。</p> <p>◇うね乃 代表 采野元英  1903年(明治36年)、京都にておだしの製造販売店を創業。現在では、厳選した天然原材料を産地と共に仕上げ、うね乃代々伝わる古式製法と新しい食の提案を調和させながら、おだし文化の継承に努める。自然環境への配慮、子供達の食育、大学との連携なども図り、100年後にも人々から必要とされ、天然原材料の安定供給も続けられる事を目指す。</p> <p>◇いりこ やまくに  明治20年4月1日 初代 山下國造が香川県観音寺市にいりこの行商人として創業。以降、地元で最も古い海産物卸問屋として商いを続け、全国の手スーパー等へも販路を拡大して行ったが、5代目 山下公一が社長に就任後は時代の変化の中でただ商品を量産して行くことに疑問を感じ、以前よりやまくにのいりこ愛用者であった料理研究家 辰巳芳子氏に師事したことをきっかけに大量生産から手仕事へ業態を変更し、現在のやまくにの基盤を作った。現在は目利きと手仕事での作業を大切にいりこ商品の製造販売の傍ら、全国でいりこの啓蒙活動を行っている。</p> <p style="text-align: right;">計 名</p> <p><small>* 育成対象者の氏名、職業、所属団体、年齢、経験、居住都道府県などを記載。</small></p>
<p>実施にあたっての協力機関・団体等</p>	<p>企画・制作・運営：有限会社デコラティブモードナンバーズリー (graf), 合同会社インセクタツ  協力：大阪商工会議所、大阪市、大阪観光局</p>

\* 本用紙は、1 契約の内容が「1. 新進〇〇育成公演（計6公演）、2. 〇〇研修（3メニュー 各10回）」のように複数の事業を含む場合には、新進〇〇育成公演、〇〇研修ごとに作成すること。なお、新進〇〇育成公演（計6公演）の場合、本用紙の中で公演毎に①～⑥に分けて記載すること。

### 3. 事業の成果

<p>事業の成果</p>	<p>当財団は、これまで入場料収入や貸館収入を中心に経営を維持してきたが、新型コロナウイルスの感染拡大による公演事業や貸館事業からの収益機会の減少などにより、経営環境が厳しさを増している。このため事業構造の抜本的改革を促し、活動の持続可能性を高めるため、新たな収益確保・強化を目的として、本事業を実施した。</p> <p>能は、2000年に我が国で初めての世界無形遺産となった日本を代表する伝統芸能であるが、これまで700年近く継承されてきた中で、その後生まれた文楽や歌舞伎な度の伝統芸能をはじめ、現代演劇や舞踏にまで今なお影響を与えており、茶道やいけばな、香道や食文化との関りも深い。また、2013年、和食も世界無形遺産に登録されたが、その根幹となるのが、大阪・関西で伝えら得てきた「だし文化」である。今回の事業では「だし文化」の魅力創出ならびに継承のための事業を実施することで、同じ世界無形遺産に登録された能楽と食文化の魅力をかけ合わせ、ともに世界無形遺産である二つの文化の相乗効果でその両者の魅力がさらに深まり、食文化のファンを能楽のファンに取り込むことを目的に事業を実施した。</p> <p>今回の事業では、これまで「だし文化」に馴染みのうすい若年層・ファミリー層を対象として取り組んだが、能楽のファン層も中・高齢者が中心であるため、その結果、今回の事業からの誘客により、当財団への新たな若年層の集客につながり、さらには能舞台を「食文化」のイベントのための貸館として利用する新たな事業者からの申し込みが増加し、今回の事業により収益力強化へとつなげることができた。</p> <p>また、2025年に大阪・関西万博が開催されるが、今回の事業では、英語による配信も行っており、「だし文化」に興味を持つ外国人が、伝統芸能にも興味を持つよう促進し、日本文化全体に興味を深めることができるよう取組み、公演事業の収益力強化につなげるよう取り組んでいく。そして、さらに今回の事業の結果を活用し、伝統芸能と日本の食文化の基幹をなす「だし文化」をかけ合わせたプログラムを新たに作り上げ、2025年に向け活動の持続可能性を高めていく。</p>
<p>事業における工夫</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 今回の事業で、「だし文化」の魅力を検証し、伝統芸能との結びつきについて考えることで、同じユネスコ世界無形遺産の能楽と和食の魅力が融合できるよう工夫をおこなうことで、2025年の大阪・関西万博に向け、インバウンドを中心とした新たなプログラムの創出につなげることが出来るよう取り組んだ。</li> <li>・ 今回の動画制作をおこなった有限会社デコラティブモード・ナンバーズリー (graf)、合同会社インセクツはともに、10代からファミリー層などの若い世代に人気の高いメディアやイベント等を多数実施している実績があり、今回の事業を行うことで、能楽が若年層の心をどのようにすればつかむことができるのか、そのノウハウを学び、難しい、難解であると思われがちな伝統芸能分野に応用することで、能楽の若い世代の集客につなげ、収益力強化につなげるよう工夫をこらした。</li> <li>・ 事業の現場に若手能楽師も参加することで、「だし文化」の現場の同年代の人々の持つ課題を共有し、能楽の普及・継承のための収益力強化につなげるためにはどのようにすればよいか、意識を高めることが出来るよう取り組んだ。</li> </ul>
<p>事業の課題</p>	<p>&lt;人材育成における今後の課題&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 能楽は、古くは田楽にルーツがあり、農耕民族としての日本人の歴史と密接な関係を持ち、五穀豊穡・国土安穏を願う芸能である。特に「翁」という神事に近い演目ではその色合いが濃くなっている。</li> <li>また、江戸時代には幕府の式楽となり、茶道とも関りが深く、幕府の崩壊後は華族や商人からの庇護を受け、饗宴の場で上演される等、日本の食文化とともに歩んできた側面を持ち、その魅力を同時に発信することで、双方の魅力を相乗効果で発信することが可能である。しかしながら、その両者を総合的に理解できる人材はこれまで育成されておらず、今後、海外からのインバウンドを含め、日本の伝統文化を総合的に発信する上で、人材の育成が喫急の課題であると考えます。</li> <li>・ 若手能楽師は、師匠についての自身の稽古等で自由な時間をあまり持つことができず、他の文化・芸術文化との交流が少なく、広い視野を持って文化・芸術をみることができにくい。</li> <li>・ 古典芸能に携わる制作スタッフは、文化・芸術についての幅広い知識を持つことが理想であるが、ほとんどのスタッフは、一般からであるため、専門的・総合的な視点を持つことができにくい。</li> </ul> <p>&lt;その他の課題&gt;</p> <p>能をはじめとする伝統芸能や、日本の食文化の真髄を世界に向けて発信する場面で、その内容を深い部分まで理解し、英語を含む多言語で発信することのできる通訳や翻訳の人材がほとんど育成されておらず、日本の伝統文化に専門的な知識を有する通訳や翻訳者の育成も喫急の課題である。</p> <p><small>* 本事業を実施した結果として、実現できなかったこと等の課題を記載。</small></p>

### <育成対象者の声>

#### ◇若手能楽師

今回の事業で、他の文化について知り、学ぶことができ、能を演じていく上で大変貴重な機会とすることができた。約700年の歴史を持つ能楽は、その後のできた文楽や歌舞伎はもとより、今日の現代演劇や舞踏、現代音楽に至るまで、大きな影響を与え続けている。さらには、舞台芸術だけではなく、茶道やいけばな、食文化にも密接に関わり、大きな影響を与えている。

また、能の中に「和布刈（めかり）」という演目がある。「和布刈」は、「十二月晦日、早鞆（はやとも）神社の和布刈神事の時刻、竜女が現れて舞を舞い、続い沖から竜神が現れて海の道を開け、神職は松明をかざし和布を鎌で刈り取り神前に供ると、潮が元のように満ちて竜神は竜宮へ帰って行く」といった内容であり、神事を再現する内容になっている。和布刈神社で毎年旧暦元日の早朝に行われる神事は、横代湯立神楽（よこしろゆたてかぐら）が奉納された後、3人の神職が干潮の海に降りて鎌でワカメを刈りとり、それを神前に供えて航海の安全、豊漁を祈願する。まさに、神事との結びつきを色濃く残す能の演目であり、海に囲まれた日本人の食文化についても考えさせられる演目であるが、若手能楽師が、「和布刈」の能の根底が大切にされている、和布や昆布についての知識や見解や現代社会における状況をこれまで学ぶ機会がなかった。今回の事業で、「だし文化」について学ぶ機会を得たことにより、能を演じ、伝えていく上で、自然と共生し、五穀豊穡を祈ってきた、能に対する理解をより一層深め、経験値を高めることができた。

#### ◇舞台制作スタッフ

今回の事業で、「だし文化」を中心とした食文化を学ぶことで、視野が広がり、日本文化全体を俯瞰して考えることができる視点を獲得することができた。今後、能楽を中心とした舞台芸術を制作していく上で、マネジメント力が上がり、固定観念をはずし、新しい発想で制作がおこなえるようになった。さらに、今回の事業をきっかけにして、新たなチャレンジをおこない、新しい層にもアピールできる可能性を発見することができた。

### <育成対象者に対するスタッフ・共演者等の声>

「だし文化」の基幹となる昆布・かつを・いりこの生産者・販売店の現状がここまで大変な状況にあることをこれまで知らなかった。大規模な地球環境の変動にもより、自然から恵を得てきた日本の食文化がまさに「今」、大きな変革期を迎えているように感じられた。喫急の課題としては、後継者の育成をあげることができるが、そのためには、現在の社会の中で忘れ去られようとしている「日本の食文化」そして、その根本にある「だし文化」を生活の中に自然に取り戻すことが大きな課題であると再認識した。

そして、同じことが、日本の伝統芸能の後継者問題にも生じており、今回の事業で共通点を多く見出すことができ、日本全体の共通の課題として認識することができた。

日本文化を後世に継承していくためには、それぞれの分野が単独で取り組むのではなく、様々な分野の文化が共通の視点を持ち、共同で取り組んでいく事が大切であると認識した。また、それらの手法は、分野が違っていても共通する事項が多くあり、共同で連携して取り組んでいく必要性を感じた。

### <協力機関・関係団体等の声>

世界に向けた大阪のブランディング事業を展開し、大阪の観光資源をより安全で集客力の高いものへと磨き上げる「“食創造都市 大阪”ブランディング・プロジェクト」を推進するためにも、大阪に伝わる能をはじめとする伝統芸能の普及・継承とともに、大阪の食の根本となる「だし文化」の継承を行うことが大切であることを改めて認識した。

さらに、2025年の大阪・関西万博の成功に向け、太閤秀吉が能に傾倒して以来、大阪で広く親しまれてきた能楽との連携により、相乗的な効果により、大阪の魅力をより一層強く、広くアピールしていきたい。

#### 4. 育成対象者のフォローアップ方法及び育成事業の実績

実施後の効果	<p>山本能楽堂は、昭和2年に創設され約95年の歴史を持ち、能の普及と継承につとめるとともに能楽堂の維持・管理・運営につとめてきた文化芸術団体である。平成18年には国登録有形文化財として登録されるとともに、大阪市、大阪観光局、大阪商工会議所とともに、能だけでなく文楽、落語、講談等、大阪に伝わる伝統芸能を貴重な文化遺産として捉えなおし「芸能の都・大阪」の側面を広く国内外に発信している。さらに、観光庁が提唱する「ユニーク・ベニユー」として「ベストプラクティス」として選ばれ、国内外の要人を迎える「おもてなしの空間」としても建物を活用し、伝統芸能の魅力を伝えている。</p> <p>しかし、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、活動の中止を余儀なくされ、収益機会が減少し、厳しい経営環境となった。これまでは、舞台芸術の上演による入場料収入を主な収入源としてきたが、伝統芸能だけではなく、国登録有形文化財の建物を活用した生活文化の発信による収入も新たな収益確保の柱とすべく、今回、大阪に伝わる「だし文化」についての検証、および魅力を再構築する事業に、始めて取り組んだ。ご周知の通り、江戸時代に大阪は水運を活かし「天下の台所」として繁栄をとげた。各藩が大阪に蔵屋敷を置き、物流の中心地となり、遠く北海道で取れた昆布は、北前船に乗って大坂へ運ばれ「だし文化」が生まれた。また、「天下の台所」として、大阪が繁栄をとげていた時期には、同時に豊かな文化も花開いた。今回、大阪で育まれた「だし文化」の事業を行うことで、山本能楽堂の新しい取り組みとして認知され、山本能楽堂の付加価値を向上させ、能をはじめとする伝統芸能だけでなく、生活文化、さらには大阪の文化そのものを継承し、伝えていく場として発信することで、集客にもつなげ、新たな収益確保・強化を行っていききたい。</p> <p>また、昨今、生活様式が急激に変化し、趣味や価値観が多様化し、日本人として伝わってきた歴史や伝統の継承が困難な事態を迎えつつある。「だし文化」も、大阪・関西で生れ、育まれてきた生活文化であるが、生活の中で急速になくなりつつある。能をはじめとする伝統芸能も同様であり、同じ悩みを抱える。そこで、今回「だし文化」の現状を検証し、その魅力を再構築することで得た成果を、能をはじめとする伝統芸能の検証ならびにその魅力の再構築へとフィードバックさせ、伝統芸能の未来への継承にも役立て、活用していく。さらに、報告書を公開することで、今回の事業で得た「だし文化」の課題や次世代への継承の取り組みを、日本の伝統的な分野に携わる人々が知り、情報を共有することで、自分事として考え、誰もが応用・活用することで、日本文化の未来への継承へと役立てていきたい。</p> <p>当財団が今回の事業を実施したことで、これまでに能の鑑賞をしたことのない動画の視聴者から、オンラインで能の公演の申し込みがあり、新たな鑑賞者の育成につなげることができた。能をはじめとする伝統芸能は、固定客のみに関心をもたれると捉えられがちであるが、今回の事業で、これまでの中高年層を中心とした固定客層以外の新しい若年層からも、能に対する関心を引き出し、実際の観客とすることができた。新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、現在はまだコロナ禍前の公演の実施状況になっていないが、今後、今回の事業で制作した動画を活用し、これまでにない新たな観客層を取りこんでいきたい。</p> <p>さらに、今回の「だし文化」の事業を実施したことで、当能楽堂が食文化の推進に積極的に取り組んでいるということが広く周知され、能楽堂のこれまでにない新しい活用につながった。一例として、コロナ禍後を見据えた海外からの富裕層のインバウンド推進のためのモデル事業や食文化の講演会、結婚式等が当能楽堂で実施され、貸館事業としての収益につなげることができた。貸館収入は、今後、コロナ禍後の新たな収入源として成長し、収益力強化へとつなげていることが期待される。</p>
--------	--

- 制作物公開中（日本語）  
<https://localcultureschool.myshopify.com/>
- 制作物公開中（英語版）  
<https://localcultureschool.myshopify.com/en>

「文化芸術収益力強化事業」

## 「だし文化」についての検証、魅力の再構築、および次世代への継承

公益財団法人 山本能楽堂

2021.5.29

## 事業のねらい、波及効果など(事業の趣旨)

### 関西の郷土食の基礎「だし文化」を後世に伝え、継承していくこと

日本は周囲を海に囲まれた島国であり、海から、里から、山から、四季折々の豊かな恵みが自然からもたらされてきた。

南北に長い日本では、歴史や文化を背景にその地域ならではの独自の食文化が育まれた。ユネスコ世界無形遺産に登録された「和食」は「だし文化」を基幹としており、関西で育まれた食文化である。言うなればそれは、関西の郷土食であり郷土文化である。そして、江戸時代になり商人が「天下の台所」の大阪に集まり、北海道産の昆布が江戸より先に大阪に運ばれてきたことなどから、昆布を使った上品なだし文化が発達し、関西の食文化の底辺を支え、豊かな食文化が発展をとげた。

今回の事業では、関西の郷土食の基礎となる「だし文化」について検証し、その魅力を再構築し、現代の生活環境下での家庭料理における「だし文化」のさらなる普及・促進につなげ、継承のためのアーカイブ化することを目的に実施した。コロナ禍で、外出自粛要請などが相次ぎ、これまで持つことのできなかった「自宅での時間」を楽しむ人が増えてきた。コロナ禍をマイナスイメージだけでとらえるのではなく、日本で育まれた食文化を継承するための絶好の機会として捉えなおし、コロナ禍における「だし文化」の新たな価値創造によって、だし文化の新しい可能性を見出し、関西で育まれた「だし文化」の伝統を次代へと継承するためのきっかけとなるよう取り組んだ。

また、和食とは単に味わうだけでなく、自然を敬う日本人の心が育んだ食の知恵、工夫、習慣のすべてを含んだものである。「だし文化」が生活の中で伝えられてきた関西には、独自の「もてなし文化」も残っている。今回の事業では、「だし文化」によって育まれた若い世代の食を中心とした「美しい関西の暮らし方」や「もったいない文化」も発信することで、日本人が総合的に楽しんできた生活文化やその魅力も伝えてくよう取り組んだ。また、現在もコロナによって甚大な被害を受けている食文化を支えている従事者の方々に、動画を見ることで、直接的な支援につながるよう事業を実施した。



# だし文化における人材育成に係る環境や現状について

## 1、昆布の生産者・販売店の視点から

昆布の生産地は北海道が中心ですが、生産地である北海道では、ほとんど昆布が食べられていない。

昆布の加工や出汁の中心は大阪で昆布の消費量も大阪が全国で1位である。

また、昆布の生産量は、1990年2万9030tで3万トン前後の推移であったが、2000年2万2027tであったのが、2020年には1万3232tにまで落ち込んでおり、ここ20年の間で半分近くまでに減少しており、このデータから出汁をとる習慣がなくなってきたことが顕著にあらわれている。

昆布の需要がここまで減ってしまった最大の原因は、顆粒や液体のだし調味料を使いだしをとることが家庭用として定着したことで、だしをとるために昆布が使われなくなったとされている。

また、昔に比べ、漁師が出稼ぎへ行くことは無くなったが、昆布漁の従事者は、重労働の割に収入が少なく、後継者が育たない。昆布の中でも価格の高い真昆布が獲れる道南地方ですら、最上品質の真昆布が獲れるごく一部の浜を除いて、昆布漁をしているのは高齢ばかりで、あと10年もしたら、北海道から昆布漁師がいなくなってしまうと危惧されている。

《 全国の昆布生産量 》



顆粒や液体のだし調味料の普及により、  
出汁をとる習慣がなくなっている



## 2、かつを節の生産者・販売店の視点から

鰹節は古来より日本の食を支えている食材の 1 つであるが、かつては、日本の近海で漁獲された鰹が鰹節の製造に使用されていたが、現在では日本近海の鰹を使った鰹節の生産量は極めて少なく、遠洋漁業による冷凍鰹が鰹節に使用されている。

全国の鰹節生産量は過去 15 年の間に約 3 割減少し、鰹節企業の市場が縮小の傾向になってしまった。

その背景には鰹節を購入する人が減少し、手軽な顆粒や液体だしが家庭料理の中で普及したことが関係している。

また、かつを節の製造は、本来は、水揚げされた鮮度抜群のカツオを手作業で加工し、半年から 1 年もの時間、優良な麴カビの力を最大限に生かし、カビづけと天日干しを何度も行うことで、じっくり旨みを凝縮させ、職人の手間ひまをかけて仕上げられていくが、機械化による大量生産で、職人の手仕事の技術も途絶え始めている。

《 全国の鰹節生産量 》



## 3、いりこの生産者・販売店の視点から

片口いわしの煮干すころでつくられるいりこは、地球環境の変化により、年々漁獲量から減少傾向にある。

1992 年には、9 万 4000t あった煮干しの生産量は、2016 年には、5 万 6000t(内、いわし /18,900t、しらす干し /31,953t、その他 /5,300t) にまで減少している。

また、製造の過程でも 1 匹 1 匹が持っている旨味が異なるため、見極めることが大変難しい作業であり、職人が減少しており、後継者不足に悩まされている。

《 全国の煮干しの生産量 》



職人の減少により後継者問題も大きな課題となっている

## だし文化についての動画



### ①「恥ずかしい料理」 於：松村家（一般家庭）

#### （概要）

だし文化を次代へとつなぐため、30～40歳代のファミリー層に向けてだし文化を基本とした家庭料理の再興のため、各家庭だけで好み食されている料理に注目し、その魅力を共有する。

#### （目的）

だし文化や日本の食生活を基本にしながらも、他人に見せることが恥ずかしいとされているような家庭料理を発掘し、共感を生み、本来の日本の料理である「家庭料理」の魅力を見つめ直す。

#### （内容）

愛すべき恥ずかしい料理という名の家庭料理をまとめた書籍「恥ずかしい料理」の著者・梶谷いこ氏と編集者・堀部篤史氏による家庭料理の再興のための特別対談。「恥ずかしい料理」と聞くと、失敗した料理、または、おいしくない料理のような印象と持たれがちであるが、その家庭でしか味わい得ない料理を“恥ずかしい料理”と表現し、家庭料理への思いや、だし文化をベースに受け継がれる家庭料理の自由さを再発見し、新しい家庭料理分野を発掘し、共有することで、家庭料理の再興を目指す。



#### ◇梶谷いこ（かじたに・いこ）

1985年生まれ、鳥取県出身。文字組への興味が昂じて2015年より文筆活動を開始。2020年、誠光社より「恥ずかしい料理」を上梓。そのほかにZINE「家庭料理とわたしー「手料理」でひも解く味の個人史と参考になるかもしれないわが家のレシピたち」なども制作。

#### ◇堀部篤史（ほりべ・あつし）

1977年生まれ、京都府出身。恵文社一乗寺店にて2015年8月まで店長を務める。独立後、誠光社を立ち上げ、店舗運営、イベント企画、出版などを手がける。著書に『90年代のこと僕の修業時代』（夏葉社）、『街を変える小さな店』（京阪神エルマガジン社）ほかがある。



映像：FrameBird / 録音 & MA：平川鼓湖



## ②「本当のおだしの役割」

於：うね乃株式会社

### (概要)

かつおぶしの郷土との関係や生産状況、日々の生産や活用方法・取り組みなどをドキュメント動画として撮影し公開する。

### (目的)

歴史や文化的背景から、かつおぶしが、どのようにして日本の食文化に取り入れられていったか、日本の味を作り出す現場はどのような状況でどのような想いでいるのかを探る。

### (内容)

日本の食文化を下支えする「だし文化」になくてはならないかつおぶしについて、製造者から、かつおぶしを全国へ届けているかつおぶし問屋のうね乃店の取組を事例紹介。産地ごとに質の良いものだけを仕入れ、熟成させ、極限まで水分量をへらしかつおぶしは製造される。その熟成と乾燥の過程で、中心にうまみが凝縮された枯節を最適な温度で蒸すことで均等なおいしさの鯨節を削り出すことができるその製造過程や、日本の食文化の中で欠かさないだしの本当の役割についてなど、代表の采野元英氏が詳しく紹介。



### ◇うね乃 代表 采野元英

1903年(明治36年)、京都にておだしの製造販売店を創業。現在では、厳選した天然原材料を産地と共に仕上げ、うね乃代々伝わる古式製法と新しい食の提案を調和させながら、おだし文化の継承に努める。自然環境への配慮、子供達の食育、大学との連携なども図り、100年後にも人々から必要とされ、天然原材料の安定供給も続けられる事を目指しております。



映像：SAF AND CAF インタビュアー：納谷ロマン 写真：納谷ロマン



### ③「だしを使いこなすかんたん料理術」

於：graf porch

#### (概要)

次世代に「だし文化」を継承するため、これまで和食を中心に使われてきた「だし」を、現代の若い世代が日常的に取り入れやすい、だしの使い方を紹介する。

#### (目的)

「めんどうそう」「むずかしそう」といった、だしの固定概念を崩し、多様化する日本の食卓に再び出汁文化が根づくことを目的に、様々なだしの活用法を紹介。

#### (内容)

昆布をベースとして、かつお節や煮干といった素材を使い分けて作るだしの違いについて紹介し、だし文化を通して考える現代の食文化への新たな魅力を構築する。素材によって異なるだしのとり方や、洋食や中華料理にまで工夫できる万能なだしの使い方の可能性を追求し、出汁を日常生活に取り入れることができるよう促す。



#### ◇Chie

だし料理研究家 (culinary dashi creator)、大阪出身。食にこだわる母から学び、数々の調理経験をかさねる。数年に渡りイタリアにて食の交流をし、自国の食文化の素晴らしさを再確認。素材を追求し、日本の出しをベースにイタリアやフランス料理などのレシピを制作したり、陶芸家とのコラボ、出張料理など国内外問わず出し教室、小学校への食育授業など活動中。



映像：ProjectEchoes / インタビュアー：藤本和剛 / 写真：竹田俊吾

#### ④「日々の家庭的だしクッキング」

於：graf porch



概要)

日々の家庭料理の中で、使われてきた「だし文化」の事例紹介。「だし文化」を生活に取り入れることの大切さを社会に向けて意識変革を促す。

(目的)

何気なく取り入れられているだしとその料理は、誰に向けられ、どんな想いで食卓に並べられているのかを日常に近い調理風景の中で再発見し、その魅力を発信し、大阪の食文化とだし文化の今後について考察する。

(内容)

「だしをとって料理をする、日々のルーティーンが大切」という思いを伝え、大阪の食文化とだし料理の今後について考える。日々家庭料理と向き合うことでの気づきや、だしの利点、いりこやかつお節のだしを使い分けなど、家庭でこそ可能な、自由自在のだしの使い方によって、だしの次代への継承を探る



#### ◇服部滋樹（はっとり・しげき）

クリエイティブディレクター、デザイナー。1970 年生まれ、大阪府出身。暮らしにまつわるさまざまな要素をものづくりから考え実践するクリエイティブユニット graf 代表。異業種が集まる環境と特性を生かした新たな活動領域を開拓している。建築、インテリアに関わるデザインやブランディングディレクションなどを手がけ、近年は地域再生などの社会活動にも力を発揮している。京都芸術大学教授。



映像：ProjectEchoes / インタビュアー：藤本和剛 / 写真：竹田俊吾



## ⑤「大阪の食文化と昆布の未来」 於：こんぶ土居

### (概要)

大阪の老舗昆布店「こんぶ土居」による昆布の未来や、大阪の食文化を支える昆布の役割についての紹介動画。

### (目的)

日本料理に欠かせない、昆布について、過去・現在を振り返りながら、未来どうなるつなぐべきかを考える。

### (内容)

大阪の老舗昆布店・こんぶ土居に聞いた昆布の未来についての紹介動画。昆布だしは、世界的に他に類を見ない日本独自の使い方であり、日本料理には欠かせないものである。創業以来110年以上、昆布の販売を営む「こんぶ土居」の4代目店主・土居純一さんに昆布の歴史、大阪と昆布の関係性についてインタビューを行った。そして、現在、天然真昆布の漁獲高が平成26年をピークに下がり続けている現状や、昨今の気候、海洋問題の影響を受けている産業の担い手として、現状をどのように捉え、未来につないでいくのか、サステナブルな未来に向けた問題意識を共有する。

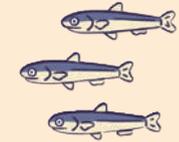


### ◇土居純一（どい・じゅんいち）

大阪の老舗昆布店・こんぶ土居4代目。様々なジャンルの方達との交流にも積極的でこれまで多数のトークショーなどに出演。2014年には初の著書となる書籍「大阪・空堀 こんぶ土居 土居家のレシピと昆布の話」(ぴあ)を発売。



撮影／編集：水谷伸之（Jabali Cinematografo）／インタビューアール：松村貴樹



## ⑥「いりこだしの可能性」 於：やまくに

### (概要)

いりこだしの郷土との関係や生産状況、日々の生産や活用方法・取り組みなどをドキュメント動画として撮影。

### (目的)

歴史や文化的背景から、いりこがどのように日本の食文化のだしとして取り入れられていったか、日本の味を作り出す現場はどのような状況でどのような想いでいるのかを探る。

### (内容)

確かな目と手仕事が生む、うまみの濃いいりこだし 香川県観音寺市の西の沖合にある伊吹島とその周辺に広がるひうち灘は、質のいい片口イワシの漁場として知られている。そこで水揚げされたイワシの中で、本当に質のいいものだけを仕入れいりこの状態をひとつひとつ見極め、上品な中にもうま味が豊かな「銀付きいりこ」のみを厳選し、さらにいりこの頭と胴、えら、はらわたを手作業で丁寧に取り分け煎ることで生産している生産者の紹介。かつおだしとはひと味異なるいりこの力強いうまみが楽しめる透明感のある上品なだしをとることができるそのだしの美味しさや魅力、完全無添加で体に良い自然食材であるいりこへの想いを代表の山下加奈代氏、と山下公一氏、山下万紀子氏が紹介。



### ◇いりこ やまくに

明治20年4月1日 初代 山下國造が香川県観音寺市にいりこの行商人として創業。以降、地元で最も古い海産物卸問屋として商いを続け、全国の手廻りスーパー等へも販路を拡大して行ったが、5代目 山下公一が社長に就任後は時代の変化の中でただ商品を量産して行くことに疑問を感じ、以前よりやまくにのいりこ愛用者であった料理研究家 辰巳芳子氏に師事したことをきっかけに大量生産から手仕事へ業態を変更し、現在のやまくにの基盤を作った。現在は目利きと手仕事での作業を大切にいりこ商品の製造販売の傍ら、全国でいりこの啓蒙活動を続けている。



映像：SAF AND CAF / インタビュアー：渡邊麻子 / 写真：hiroaki zenke



## ⑦「旨味じゃない、昆布の話」

於：国立民族学博物館

### (目的)

単に、だしを味わうだけではなく、その歴史や日本で育まれた経緯などを学び、より深くだしについて学ぶ。動画を視聴することで、味覚やだしを中心とした暮らしの中の知識も身につけることができるよう促す。

### (内容)

昆布を「だし」として初めて活用したそのはじまりと昆布の採り方、や当時の昆布漁の漁師について考察する。江戸時代以前の昆布の活用については、不明なことが多く、昆布がいかにして、採られ、日本の食文化の中に根付き、広がったのか、現代にまでつながる昆布の食文化のルーツを探る。



### ◇飯田 卓 (いいだ・たく)

国立民族学博物館教授、総合研究大学院大学教授。専門は人類学。国内外を歩き、海と関わって暮らす人たちに学んできた。おもな調査地はマダガスカルと日本。とくに、漁撈技術の習得や継承に興味をもっている。漁撈や博物館に関わって、近年は文化遺産や視覚メディア、アーカイブズ、人類学史にも研究対象を広げている。



撮影／編集：水谷伸之 (Jabali Cinematografo) / インタビュアー：松村貴樹

## ⑧シンポジウム だし文化を継承するために 於：山本能楽堂

### (概要)

今回のプロジェクトを通して、各人がそれぞれ出汁について、日常でどのように活用しているか、またどうすればだし文化が次代へと継承されていくのか、日本の食文化の伝承とその魅力の再構築について、改めて振り返りトークセッションを行う。

### (目的)

改めて見つめ直すことで、後世に伝えるべきこと・本質的なことを見出し、

日本の食文化が今後どうあるべきかを議論し、多方面で活動する登壇者がそれぞれの分野に置き換え、それぞれの役割を再確認するきっかけを生み出す。



司会進行 (左): 松村 貴樹 IN/SECTS 編集長

登壇者:(左から)Chie(だし料理研究家)、土居 純一(こんぶ土居 四代目)、  
山本 佳誌枝 (山本能楽堂 事務局長)、服部 滋樹 (graf 代表)、