蕎麦の常識非常識㉒

変体仮名の「蕎麦屋の看板」から・・インターネット広告まで

商店街を歩いていると、店頭に「読めない文字」で書かれた看板や暖簾を掲げているお店を目にすることがあります。いったい何んと書かれているのでしょう。

左から右へ「キソバ」と読みます。そうです蕎麦屋さんなのです。

ご存知の通り元々我が国では中国渡来の漢字だけで文章を書いていました。しかし漢字は画数が多いため使い勝手が悪く面倒なので、次第に漢字を省略して書くようになり日本独特の平仮名が誕生したのです。平安時代になって「土佐日記」(紀貫之)、「源氏物語」(紫式部)、「枕草子」(清少納言) 等の仮名文学が誕生したことは周知の通りです。

平仮名は漢字の草書体であり漢字の音読みが母体なので、様々な漢字が使われ出して最盛期には百種を超える仮名が使われたといいます。先述の蕎麦屋の例でいえば、「そ」には漢字の曽や楚が、「ば」には波や者(濁点つき)が当てられていたのですが、次第に省略され写真(暖簾・看板)のような仮名文字が使われるようになったのだといいます。蕎麦屋だけでなく「てんぷら屋」や「うなぎ屋」などでも使われていました。

統一国家作りを急いでいた当時の明治政府は、多種にわたる仮名の存在を嫌い、「言語の統一」を図ったのです。そして明治三十三年（西暦一九〇〇年）に小学校令施行規則の改正を行い、「学校教育で用いるひらがなは一つの音につき一文字、全部で四十八文字に限る」と決めました。

変体仮名とはこの時に採用された四十八の平仮名以外の仮名の総称なのです。

そのご禁制になった？仮名文字が現在もなお店頭看板として残っている・・

その代表格が蕎麦屋だというわけです。「生そば」の例でいえば、「生」は「生粋（きっすい）」や「生真面目（きまじめ）」等で分かるように、純粋で混じりけの無い（少ない）ことを指していて、「そば」に変体仮名を使うことで、「当店は伝統的なやり方で混じりけの少ない蕎麦を打っている老舗蕎麦屋です」ということを訴えようとしていることが伝わってきます。

少し脱線をお許しください。

「看板」と聞くと、昭和十年生まれの私の頭に反射的に浮かぶのは、「仁丹」の大礼服と道頓堀の「グリコ」ランニング姿の・・・

懐かしいあの看板です。

仁丹の看板は明治三十八年（日露戦争終結の年）に初掲出、大礼服を着ているのは「外交官をイメージしたそうで、仁丹の効用を広く世間に知らしめ

る役割を担うことを期待」したという創業者・森下博氏の気持ちを表したものだそうです。

一方、グリコのランニング姿は、「一粒３００㍍」のコピーとともに、元気の源グリコーゲン（グリコの語源）の力を示したいという創業者・江崎利一氏の気持ちが出発点で、道頓堀を選んだのも同氏の発案だといいます。

それほど看板や暖簾は当時としては貴重な広告媒体で、創業者の強い思いを表現するほとんど唯一と言ってよい媒体だったようです。

そこで、日本と世界の最古の看板の発祥は何時ころ、何処で、対象は何だったのか少し調べてみました。

先ず日本ですが、文献上で確認出来る最古のものは平安京時代に遡ります。

「令義解（りょうのぎげ）」（八三〇年刊・注１）の一文に「凡市毎律立標題行名」とあります。これは「市で商いを行う際は標（しるし）を立てて商品を示せ」という内容で、店名ではなく何を販売しているか看板を出せという趣旨です。当時の平安京の市では織物や食品など様々なものが数多く扱われていたため、混乱を避けるために表示をするよう指示されていたのです。

一方世界最古の看板はというと、今から二千年年以上前に栄えたトルコのエフェソス遺跡に現在も残る、売春宿へ通じる地下道の「足形」の案内看板だそうですから驚きです。何故「足跡」なのか諸説あるようですがここでは省略させて

頂きます。

看板から始まった日本の広告もその後、汽車や電車の車内吊り・駅のポスターや引き札（チラシ）と幅を広げ、ついには新聞（一八六二年）、雑誌広告（一九二六年）のマス媒体に至ったようです。浮世絵師・山東京伝作の蕎麦屋開店案内の長文の「引き札」も現存していますが、紙幅の都合上詳細は省略させて頂きます。

戦後になるとお馴染みの民放ラジオ（一九五一年）、テレビ放送（一九五三年）がお目見えし媒体は一変して、四大マス媒体（新聞・雑誌・ラジオ・テレビ）全盛時代を迎えるようになります。

ところが二十世紀末（一九九六年）にインターネット広告が始まると、これが燎原を行く火のごとく広がり、二〇一九年にはテレビを抜き去り広告媒体の首位に躍り出るや、二〇二一年にはマス四媒体（合計）をも抜く勢いで拡大の一途をたどっています。

インターネットの普及によって、蕎麦屋が独自にホームページを開設し、僅かな費用で広く全国、いや全世界に宣伝することが可能になりました。

「食べログ」「ぐるなび」「ホットペッパーグルメ」「Retty」等、多くの「グルメサイト」が誕生しました。中でも「食べログ」は最大級のサイトで登録店数九十万を超え、利用者は月一億人に上るといいます。

また個人の「蕎麦ブロガー」も数多くいて質の高い情報が発信されています。

店頭看板と暖簾がほとんど唯一の広告媒体といってよかった江戸時代、それに引き札（チラシ）が加わった明治時代、更に雑誌・新聞というマス媒体が加わった戦前の時代、ラジオとテレビという視覚だけでなく聴覚も動員した立体的広告が活躍した戦後時代、そしてインターネットがこれに加わったのです。氾濫する広告の中から本当に自分に必要なものを探し当て、正しく理解し利用する消費者のリテラシーが求められる時代になったといえましょう。