

「豆の日」10月13日制定で雑豆業界の活性化を期待

全国豆類振興会
広報 PR 委員長
藪 光 生
(全国和菓子協会専務理事)

全国豆類振興会（以下「全豆振」）では、近年の豆類の需給をめぐる内外の厳しい情勢を打破して、豆類及び豆類加工品の消費拡大と豆類関係業界の活性化を図るために「豆の日＝10月13日」を制定することを決め、日本記念日協会の認定を受けた。

全豆振では「豆の日＝10月13日」を含む10月の1ヵ月間を「豆月間」と位置付け、財団法人日本豆類基金協会（以下「日豆金」）の協力の下、豆類の普及に向けて様々な活動を行う一方、関連業界にも普及活動への協力を呼びかけていく。

「何故10月13日か？」

業界の記念日ともいうべき「〇〇の日」の制定根拠をみると、歴史上その日が業界の日としてふさわしい故事来歴を持っている場合と「8月4日は箸の日」のように語呂合わせになっている場合などが多い。

一企業がその日を制定する場合はともかく「業界の日」という考え方で、団体としてその日を定める場合、単に語呂合わせのような日であっては業界全体の理解を得ることが難しいのは当然である。

「豆の日」を10月13日に定めたのは以下の理由による。

ひとつは、古来から「豆名月」という言葉があり（粟名月ともいう）十三夜の月見を「豆名月」と呼んでいた。

十三夜とは旧暦では9月13日であるが、新暦では年によって日付が変動してしまうため、「豆の日」は月遅れの10月13日とすることとした。

ちなみに十五夜のことは「芋名月」という。

何頃の夜からかはわからないが、江戸時代には9月15日の十五夜（旧暦8月15日）の月見だけをして、10月13日の十三夜（旧暦9月13日）の月見をしないことを片月見とって忌む風習があった。

この片月見の風習は中国などではみられないことである。

日本では十五夜のことを端正月（まんまるといふ月の意）といい、反面、十三夜は十五夜のような完璧な満月ではなく多少の欠けがみられる。

それが何故十五夜と並んで十三夜の月が大切にされたのか？

時期的に多少身に沁む肌寒さもあって、徒然草に言う「月はくまなきをのみ賞するものかは」のように、あえて完全ではない十三夜の月の方が味があるとの考えからか、日本人向きと思う人が多かったことによるようだ。

また、十五夜と十三夜はこの日に限って人の畑の果物や供えた団子、豆、芋、栗などを無断で取ることが公認されていたという。

いずれにせよ、日本人にとって月見はその夜を待ちかねるような大切な行事であったことがうかがえる。

ちなみに旧暦でいう8月14日の月は待宵（まつよい）と言い、8月15日は十五夜、8月16日は十六夜（いぎよい）、8月17日は立待月（たちまちづき）、8月18日は居待月（いまちづき）、8月19日は臥待月（ふしまちづき）、8月20日は更待月（ふけまちづき）と呼び、9月13日を十三夜と呼んでいた。

日本人がいかに月見の行事を大切にしていたかがうかがえることでもある。

もともと月と農耕は切っても切れない関係にある。1ヵ月を周期にほぼ規則正しく満ち欠けを繰り返す天体のサイクルは、作業のための大切な指針であり、農作業は全て月の暦によって行うことが当たり前であった。

ゆえに十五夜に芋を、十三夜に豆や栗を供えて月見を行い豊年を神に祈り、感謝する行事だったのである。

その「豆名月」から、新暦10月13日を

「豆の日」と定めたことは、正に歴史の中で生き続けた伝統を現わすものであり、意味のある日ということができよう。

（豆名月については平安時代から江戸時代の文献に多く見られ「寛平御記」「守貞謾稿」「水落家の行事帳」「芭蕉庵十三夜」他に記載がある。）

もうひとつ、10月13日は、全国的にみて丁度豆の収穫期であり、一部で新豆の出荷も始まる時期であり、正に豆を啓発する行事を行うにふさわしい日であることも理由のひとつに挙げられる。

「普及活動の展開」

さて、「豆の日」を定めた以上、普及活動を行わなければならない。

検討した結果、初年度において行うべきことは、

- ① 「豆の日」の認知を高めるためのPR。
- ② 「豆の日」を啓発するためのイベントの開催。
- ③ 関連業界団体に対する協力の呼び掛けと活動を推進するための具体案とされた。

とはいえ、十分に予算があって行う事業ではない。

しかし、認知度を高めるためには、マスコミなどを利用したPRは不可欠である。

そこに第1回「豆の日」啓発企画の苦勞があった。

まず初めに考えたのは、予算をかけずに効果を生むことで、これは上手に交渉すれば無料で出来るPRとなる。そのため既存

の宣伝事業の中で、「豆の日」のPRを行うことにした。

具体的には、

- ・雑誌「栄養と料理」の通常出稿している欄に「10月13日は豆の日」という告知を掲載する（10月9日発売分）。加えて同誌の「催し物カレンダー」と「リビング&プレゼント」の欄で「豆の日のイベント参加者募集の告知広告」を掲載（9月9日発売分）する。
- ・雑誌「オレンジページ」の通常出稿の欄に「10月13日は豆の日」という告知を掲載する（9月2日及び10月2日発売分の2回）。加えて同誌の「インフォメーション」欄で「豆の日のイベント参加者募集の告知広告」を掲載（9月17日発売分）する。
- ・週刊誌「週刊文春」の通常出稿の欄に「豆の日のイベント参加者募集の告知広告」を掲載（9月15日発売分）するとともに、「10月13日は豆の日」という告知広告を掲載する（10月6日発売分）。加えて同誌の「ワンポイント情報」欄で「豆の日イベント参加者募集の告知広告」を掲載する。
- ・全豆振と東京新聞が共催している「豆料理コンテスト」の募集広告欄に「10月13日は豆の日」の告知を掲載する。
掲載回数は凡そ10回～12回になる見込み。同紙10月13日号の1頁（15段広告）に「今日は豆の日」「何故豆の日」「豆の健康性」を掲載する。
さらに有料の宣伝広告として

・「豆の日イベント」の参加者募集広告を朝日新聞首都圏版に全2段広告を2回掲載（9月上旬）する。

・東京新聞の協力を得て、10月13日に開催のイベント採録記事（広告扱い）を11月上旬に1頁（全15段）掲載する。

ことなどを行うことになった。

これである程度の告知露出の機会を得ることが出来た。

【豆の日イベント】

10月13日の豆の日当日に「ビーンズ・フォーラム2010～豆の日の集い～」と題するイベントを開催する。

内容は、

(1) 講演

①「豆」は日本人の不老長寿食

…永山久夫さん
(食文化史研究家)

②豆の栄養と健康性 ……加藤 淳さん (北海道立総合研究機構中央農業試験場研究参事)

③簡単豆クッキング……………牧野直子さん (料理研究家・管理栄養士) (プロジェクターなどを使用して、分かり易く解説する)

(2) 豆まめトークタイム

豆に関する様々な話をパネルディスカッション形式で語り合ってもらおう。

・パネリスト

加藤 淳さん（北海道中央農業試験場）

牧野直子さん（料理研究家）

岡本公一さん（洋菓子パティシエ）

- ・コーディネーター
藪 光生（全国豆類振興会広報 PR 委員長）

（3）大抽選会

参加意欲を高めるために参加者の約半分程度の方々に当たるような抽選会を行う。

主な賞品は「減圧鍋」「スロークッカー 煮込名人」「圧力鍋」「シリコンスチーマー」「多機能バサミ」「シリコンスプーン」など、いずれも豆料理には欠かせない調理用具を総数175点。

※さらに参加者全員に乾燥豆などのお土産を用意することにした。

開催要項は以下のとおり

タイトル：ビーンズ・フォーラム2010～豆の日の集い～

主催：全国豆類振興会
財団法人日本豆類基金協会

日時：2010年10月13日
午後1時より午後4時20分

会場：新宿明治安田生命ホール
（最大収容人数342名）

参加者：約300名＋主催者・関係者

募集方法：官製葉書で応募頂き、抽選により参加者を確定し通知する。

募集告知：朝日新聞、東京新聞、栄養と料理、オレンジページ、週刊文春、などで告知募集する。

また、日豆金のホームページでも募集案内記事を掲載する。

関連業界団体への呼び掛け

「豆の日」を定めたとはいえ、全豆振、

北海道の生産者団体などだけが、啓発に努めたからといって目的を達成することは不可能といって良い。

豆に関わる多くの団体や企業に「豆の日」の制定の趣旨について理解を得た上で協力を求めているが、各団体にも夫々の都合があり、初年度から多くの活動を望むことには無理がある。

そのため、各団体の活動の呼び水となるようにすること、先ず出来ることから始めようという視点で「10月13日は豆の日」のポスターを作成し各団体加盟企業の店頭などに掲示してもらうこととした。

ポスターの掲示を呼び掛けたところ全国穀物商協同組合連合会、日本製餡協同組合連合会等、では出来るだけ多くの会員店にポスターの掲示を働きかけたとして多数のポスターが欲しいとの要望があり、ポスターの製作枚数は2万枚にも及んだ。

また、全国和菓子協会では「10月13日は豆の日」というポスターだけでは会員店店頭で掲示してもらうことが難しい（全国和菓子協会では1979年を第1回として6月16日を和菓子の日としている）と判断したことから「10月13日は豆の日」のポスターと、まったく同じ色調で「良質な豆から美味しい餡が作られます」という文字ポスターを自費で作成し、「豆の日」のポスターと並べて掲示してもらうように会員店に協力を依頼していくことを決めるなど、関連団体においても「豆の日」の啓発活動に積極的に取り組んでいこうとする機運が盛り上がりつつある。

その結果、各地域の豆類関係団体においても「豆の日」の協賛行事が自主企画され、熊本（9月11日）、札幌（10月23日）、神戸（10月29日）でシンポジウム等が開催されることになった。

「豆の日」制定で期待すること

豆類の啓発と消費拡大などを図り、業界を活性化することを目的に制定された「豆の日」であるが、制定したからといって何ひとつ変わるわけではない。

大切なのはこの「豆の日」を活用してどのように具体的に啓発事業を行うかということであり、前述のとおり関係団体などが一体となって「豆の日」の認知度を高め、少しでも消費拡大につながるような活動を行うことである。

筆者の経験から言えば、例えば、数億円の費用を使ってPRし、認知度を高めたとしても期待するような盛り上がりを得ることは難しい。

勿論、マスコミなどを使っただけのPR活動は大変重要である。

しかし、それはあくまでも少しでも認知度を高めるための支援活動にしかすぎないものであって、大切なのは店頭など消費者と接点のある場所で、たとえ、それが小さな活動であっても消費者に呼びかけるような地道な活動を行うことが大切であり、その活動を持続させていくことである。

その意味で10月13日「豆の日」の制定は豆のPRや販促活動のスタートラインについたところにすぎないともいえる。

今後、この日が大きく育っていくためには全豆振はもとより、日豆金や関連団体、企業の積極的な活動にかかっているといえる。

豆は既に多くの人を知っているとおり、安価で保存が簡単であり、しかもバランスの良い栄養素と機能性を有し、現在注目される食物繊維やポリフェノールを多量に含む食品である。

関係者一同が、豆の需要拡大は国民の健康に大きな役割を果たすのだ、という大きな目標を持って地道な活動を続けることが求められるといえよう。

