# サン・ジョルディの日を知ってますか

**男性は女性に赤いバラの花を、女性は男性に本を贈る愛の日、四月二十三日です**

千田靖子（フリーライター）

その日の朝は生憎の雨で、咲き残った桜が最後の花びらを路上へ散らせていた。

いつ晴れるとも知れぬ灰色の空を何度も見上げた竹村亜希子だが、不思議に心は落ち着いていた――このイベントの仕掛人として、やるだけのことはやった。後は運を天に任せるだけ――と。

昭和六十一年、四月十九日土曜日、午前十時から、名古屋市の中心部、栄の久屋大通公園野外ステージで、「サン・ジョルディ・フェスティバル名古屋'86」の開会式が行なわれた。前日から用意した華やかなステージは雨に濡れ、傘をさして三三五五集まって来る人々の表情も複雑である。胸に大きなリボンをつけて落ち着いている来賓は別として、ここ数ヵ月金も時間も費やしてきた書店組合の人人や、つき合いで後援してくれた生花業の人々の表情は硬い。「成功してとんとんん。この雨では相当の赤字を覚悟しなければ」とソロバンをはじいているようすが手にとるようにわかる。

実行委員の皆が空を仰いではため息をつく。「雨降って地かたまるですヨ」と、さすが苦労人の西川俊男・ユニー社長が慰めるが、いま一つ元気が出ない。

「サン・ジョルディがまだ到着しないんだ。空の交通渋滞で来るのが遅れてる」とは豊橋で大がかりな書店経営の豊川堂社長・高須元治。書店のおやじらしいメルヘンのある発想に、少し皆の張りつめた心が和らぐ。「サン・ジョルディ」とは、スペイン・カタルーニャ地方の守護神だからである。

ところが雨は開会式が終る頃から小降りとなり、やがてぴたりと止んだ。「あ、やっぱりサン・ジョルディが来た！」と思わず竹村亜希子はもう一人の仕掛人、谷喜久郎の顔を見た。彼女のインスピレーションを忠実に実現してきた男である。精悍な顔つきは、一見無表情に見えるが、視線を感じると口もとがほころんだ。こちらも思わず差し出すVサイン。ともにスペインのカタルーニャにあるパルセロナの「サン・ジョルディの日」を視察に行ったのが一年前、ランブラス通りにあふれる人々の熱気に圧倒されそうになりながら「ぜひともこの祭りを日本へ持ってこよう」と心に描いた夢が実現したのである。

サン・ジョルディ・フェスティバル名古屋'86

## 守護神サン・ジョルディの祭日

「サン・ジョルディの日」とは、毎年四月二十三日、スペインのカタルーニャ地方で祝われる守護神サン・ジョルディの祭日で、男性は女性に麦の穂を添えた赤いバラの花を、女性は男性に本を贈る習慣が伝わっている。

この美しい習慣のある祭りを輸入し、「愛のサン・ジョルディ」として日本にも根づかせようというのが亜希子らの意図である。「バレンタインデー」とは一味違った、愛と知性の祭りとして民間の力で昭和六十一年から行なわれることになったのである。

名古屋市在住の占い師・竹村亜希子がたまたまスペインにこういう素晴らしい祭りがあることを人づてに知り、「日本でも」とひらめいたのが発端である。

その話に乗ったのがやはり名古屋市に本社を持つ広告会社の社長谷喜久男（46）で、「日本カタルーニャ友好親善協会」を設立、会長林屋永吉・前スペイン大使、代表理事西川俊男・ユニー社長を置き、自らは竹村が理事、谷が専務理事となって多くの人々に語りかけた。

活字離れした若者を取り戻し、出版業界の活性化を図るためと、まず日書連が賛同、「愛と知性による人の触合い」をスローガンに、日本の新しい生活文化を創造しようと立ち上ったのである。出版、

書店業界五団体を中心に生花業界にも働きかけ「サン・ジョルディの日実行委員会（松平泰輔委員長・日本書店組合連合会会長）が組織された。

この行事のキャンペーンは、四月上旬からテレビの集中スポットから始まり、二十三日直前の土、日曜、十九、二十日に札幌、仙台、東京、横浜、名古屋、大阪、福岡の七大都市で花と本の市を中心にさまざまなイベントが行なわれた。書店サイドでは全国一万三千店の店頭にチラシ、小冊子、ポスターが置かれ、恒例の春のセールを「愛のサン・ジョルディくじ」として千八百万枚発行、特賞として百五十名を「スペイン、カタルーニャ八日間の旅」へ招待の豪華版である。生花業界も全国一万四千店の店頭にポスターを飾るなど、広告界の協力も得ることになった。

本番の四月二十三日には、カタルーニャのサグラダ・ファミリアから、歴史上はじめてという衛星中継が行なわれ、財津和夫をリーダーとするチューリップが出演、キャンペーンのイメージソング〝くちづけのネックレス〟を歌って日本のテレビで放送されるなど、業界はじまって以来の大規模な取組みとなったのである。

この日、七つの都市で同じように「サン・ジョルディ・フェスティバル'86」の幕が切って落されていたが、天気の具合、人の出はまちまちだった。

名古屋市では、雨上りの土曜日の午後、「本と花の市」と銘打って、久屋大通公園に立ち並んだ沢山の本屋、花屋。赤いバラの花と麦の穂を箱に入れて一セット五百円。形良く生けられた贈答用の生花能。生花のコサージュ造り講習、販売の店。ギフト用のしゃれた包装紙やリボンを売る店など豊富なアイデアが人々を楽しませていた。占いコーナーあり、郵便局の出張店あり。スペインの特製料理「パエリア」の試食会やカタルーニャの観光案内や物産の展示、販売がにぎわうそばで、テレビ・ラジオの生中継風景も見られる。おなじみのタコ焼き、イカ焼きの店から美味そうなにおいが立ちこめると、お祭り気分も盛り上ってくる。

主催者の招きでカタルーニャからやって来た、この祭りにつき物の、身の丈四メートルもあるヒガンテス（巨大人形）四体が、ひなびた笛と太鼓の楽隊の先頭で練り歩くと、見物する人々も何だか地球上の距離を忘れてスペインの祭りの中にいるような実感が湧いてくる。

こういった日本の「愛のサン・ジョルディ」のようすをカタルーニャのテレビ局が取材に来ており、七つの都市で収録したものを一時間番組にして流したところ、物凄い反響があったという。

あくる二十日の日曜日は、天気の良いせいもあってこの公園を中心とした会場は信じられぬ程の人々でにぎわった。

十九、二十日両日で動員された人々の数は名古屋市だけで二十九万四千人。七つの都市合計で百二十一万二千人と報告されている。

「本と花の市」ではさすが花はよく売れたが、本は今一つというところ。名古屋会場では〝タレント・有名人百人に聞きました！　私の好きな本、あげたい本〟のガイドブックを作って配布したが、有



名人の推選する本はさっぱり売れず、代わりに洋書や子どもの本、参考書、辞書がよく売れて関係者を驚かせた。

キャンペーン中、普段の三倍も売上げがあった花屋もあって気をよくした生花業界は、初年度は「後援」であったこの催しに次からは「共催」を決めたという。

## 仕掛人は占い師

「サン・ジョルディの日」の仕掛人・竹村亜希子とは何者か。

若くて美しい占い師として、名古屋ではちょっと知られた存在だが、全国的には講談社「フライデー」のページ下に星座別の占いを創刊以来掲載している人と言えばおわかり頂けるだろうか。

現在市内のマンションに「占いの玉手箱」と名づけたオフィスを持ち、毎日午後開業している。「占い」と聞くと、誰しも妖し気な雰囲気を想像するのだが、彼女のオフィスにそれらしきものは机の上にある商売道具の筮竹（ぜいちく）ぐらいしか見あたらない。ボタン電話、ファックス、小型ビデオテレビ、書棚、書類を積み上げた机など、弁護士などの事務所と似かよっている。此処で彼女は運勢鑑定、結婚相談、赤ちゃんの命名や店名、芸名、新社名、新商品名など種々の相談を受ける、三十七歳の洗練されたキャリアウーマンである。

「占いとは元来科学的なもの。ま、一種の情報産業ね」と笑っているが、この道へ入ったのは結婚して三児の母となってから。ある日突然霊感がわき、この世界がひらけてきた。しかも少女の頃、原体験とでも言うべき奇妙な経験をしているので、それは突然ではなく当然の定めとなっていたのかも知れない。

それと言うのは、中学二年の時、仙人のような風采の男が彼女の家に五年間ほど住みつき、人相、手相、易学、命宮学の教えを彼女にほどこしたのである。

「サン・ジョルディの日」が日本で成功するか否かは、勿論自ら占ってみて出したゴーサインだが、その経過をたどってみると常人には考えられぬ彼女の卓越した直感力や行動力が浮かび上ってくる。

竹村亜希子は「スペイン通である」と、いつの間にか定評が立っているが、実は「サン・ジョルディの日」に出会うまで、スペインのスの字も知らなかった人である。海外旅行には一度も出かけたことがなく、西洋料理も嫌いだ。食事はもっぱら和食で、酒は日下焼酎を好む。

昭和五十九年の年末、たまたま世間話の中で、スペインのある地方に、本とバラの日があるという話が出た。「本とバラ」の組み合わせは面白い。よく聞いてみると、カタルーニャという所で一年に一回、男性は女性にバラの花を、女性は男性に本を贈る習慣があるというのである。それを聞いた瞬間、竹村亜希子は「きれいだ！　面白い！」とショックを受け、理屈ぬきで「これを日本へ持って来たい」と感じた。しかしその話をしてくれた人は、それ以上の詳しいことは知らず、他に教えてくれる人もいないので、やむなく一人で百科事典をしらべたり、スペイン、カタルーニャの歴史を勉強していくうちに、ますます「サン・ジョルディの日」に興味が湧いてきた——日本人にはまだ本を贈ったり花を贈る習慣が

カタルーニャの首都バルセロナは、ソウル後の世界オリンピック開催地として名のりをあげてはいたが、昭和六十年当時はまだ海のものとも山のものとも認められていなかった。しかしその可能性は十分ある。彼女の占いにはとっくにバルセロナと現れている。開催地としてバルセロナが世界の注目を浴びてしまってからこのイベントを起こしたのでは遅い。カタルーニャ地方の祭りの神秘性を伝えるには、今、事を起こさないと……。使節を誰彼さがしている暇はない、言い出しっぺの自分が行く他ないと彼女は決心した。

### 子づれでスペインへ乗りこむ

日本にいてさえOLやタレントと間違われる竹村亜希子である。日本からの使節だといって単身はるばるスペインへ行っても、カタルーニャの政府や役人らに信用されるだろうか？　観光旅行のOLが面白半分に寄ってみたくらいに軽くとられるのではないだろうか？　然るべき付き添いを頼みたいのはやまやまだが、何分金と時間がない。苦肉の策として選んだのが我が子である。長男は十一歳で小学五年生、彼女が働きながら育てた子だから自立心は強く、子供ながら間に合う人材である。彼女は息子に旅の目的と意義を大人に対すると同じ慎重な態度で十分に説明した。「遊びに行くんじゃない、朝から晩まで仕事です。お役所まわりについて行くだけの退屈な役だけど、とても大切な役回りだから礼儀正しく外交官になったつもりでやって欲しい」と。

昭和六十年二月、彼女と十一歳の息子はともに生れて初めての空の旅に出発した。「サン・ジョルディの日」にかかわることを「忙しくなるからやめとけ」と始め反対していた夫も「やるなら思いきりデッカクやれ」とけしかける立場になっていた。

カタルーニャ政府自治省の観光局、商業局、文化局、伝統文化局全部を回って日本カタルーニャ友好親善協会の設立を説いたが、それぞれ「結構なことです、実現すると良いですね、ぜひ頑張って下さ



定着していないが、二十一世紀には定着するのではないだろうか。

これを実現させるにはどうしたらよいか、数人の友人たちに相談した結果、とりあえずカタルーニャと交流をはじめるため、日本カタルーニャ友好親善協会を作ろうと決心。本をしらべて知ったスペイン学の権威、筑波大学の野々山輝帆教授におそるおそる電話でおうかがいをたててみた。心配をよそに、野々山教授は即座に賛同の意を表し、「日本とスペインの虹のかけ橋になりましょう」と力強い声援を送る、感動的なスタートだった。昭和六十年二月、日本カタルーニャ友好親善協会準備委員会結成と記録に記されているが、その中味は竹村亜希子と電話の中の野々山教授だったのである。

友好協会は二国間にまたがるものであり、片方の一国内だけで勝手に出来るものではない。カタルーニャの承諾が必要である。文書で交渉を開始する手もあるが、そんなまだるっこいことではダメで、誰かがスペインのカタルーニャへ行って、政府と交渉してくることが必要だ。

リスクが大きく、長期的な仕事である。整然と組織化されて融通のきかない大会社より、小規模でも一か八か賭けてみる山気のあるワンマンの居る将来性のある会社がよいなど考えていると「そういう仕事ならウチの社長にぴったしですよ」と或る若い会社員が紹介してくれたのが谷喜久郎だった。

広告会社として名古屋市に本社、東京、大阪に支社を持つ、従業員百三十名の株式会社新東通信の社長である。スポーツマンで国際交流に理解がある熱血漢。携わった仕事の一つに名古屋シティマラソンがある。これは東京の青梅マラソンと並んで人気のある市民レベルのマラソンで、昭和六十年秋の参加者は外国人五十八名を含む一万人以上の大規模なものだった。名古屋を代表する文化人の一人井沢慶一は、谷のことを「小兵ながら胆あくまで太く智略縦横、機をみるに敏な少壮社長」と中部経済新聞紙上で評している。

谷喜久郎は竹村亜希子については全くの初対面だったが、「サン・ジョルディの日」のアイデアについては「いける」と素早く判断した。中部経済界で力を持つスーパー、ユニー社長西川俊男の応援もあり、竹村亜希子が初めてカタルーニャを子づれで訪問してから二ヵ月後の四月、谷喜久郎を団長とした日本カタルーニャ友好親善視察団がサン・ジョルディを祝う祭りでにぎわうカタルーニャを正式訪問するはこびになったのである。

視察団は祭りをつぶさに見学するとともにプジョール首相に謁見し、首相夫人に日本カタルーニャ友好親善協会の名誉顧問就任の願いも聞き入れられた。八日間の滞在で、スペインが予想以上に将来性のある国であると知った谷喜久郎は、帰国してすぐ五月、新東通信バルセロナ駐在所を作って社員を派遣、協会の駐在理事としての役目をつとめさせている。「サン・ジョルディの日」を体験してきた彼等の活躍はめざましく、まず書店業界の大もと日本書店組合連合会会長の松信泰輔に理解を求め、次いで生花業界、文化庁など役所関係に働きかけている。十ヵ月にも満たぬ短期のうちの東奔西走

い」と奨励はしてくれるがそれ以上具体的には何も進展しない。帰国の日は迫るが一向成果はあげられずあせりが生じてくる。旅の疲れも出て来る頃、重い足をひきずって最後に広報局を訪ねたら、そこで運命の女神が微笑んでいた。広報局長が意外な程速やかに話を解ってくれ、協会設立のため力を貸そうと言ってくれたのだ。背が高く、男前の広報局長は頭の回転も早いらしく「今年のサン・ジョルディの日に当地を正式に訪れるなら、プジョール首相に謁見できるように取り計らいましょう」と言い、さらには名誉会長にプジョール首相夫人を頼むことも快く引き受けてくれたのである……。

### 見つけた仕事人

空を飛んだシャーマン竹村亜希子がいくら頭脳明晰でも、地上で「サン・ジョルディの日」実現のため自ら指揮をとる武将にはなり得ない。その役目を請け負ってくれる優秀な人材が必要だ。広告業畑から選ぼうと思うが、大手の会社がとりあってくれるだろうか？　夢はあるが

で大綱は仕上がり、十二月には行政、経済界、文化人各界の有志を含んだ「日本カタルーニャ友好親善協会」発起人会が名古屋で開催された。この団体は事実上「愛のサン・ジョルディ」を推進する力となるものである。

### サン・ジョルディの伝説

ところで肝心の「サン・ジョルディ」なるものについて少し述べておきたい。

スペインのカタルーニャ地方は、イベリア半島でもフランスに隣接した地にあり、正式にはカタルーニャ地方自治体と呼ばれる自治州である。気候は温暖で、米、葡萄酒を産し、風光の優れた避暑地でもある。人口は七百万人だが都心バルセロナに百七十五万人が集中、スペインの中で最も経済的に豊かな所であり、文化的には芸術の国と言われるほど著名な芸術家を生んでいる。画家のピカソ、ダリ、ミロ、チェリストのカザルス、文豪のセルバンテス。偉大な建築家アントニオ・ガウディもこの地の出身で、最後の建築「聖家族教会」は今なお工事が続けられている。

この地方の守護神「サン・ジョルディ」は、キリスト教の殉教者であり、また騎士道武勲物語のヒーローだった。十一世紀、アラブ軍との戦いで武勇をあげた他、あちこちの戦いで武跡を起こしたので王から騎士団の守護神と命名された。長年拷問を受けても常に勇敢に耐え続けたキリスト教徒だった。いけにえにされた美しい王女を救うため、白馬に乗って現れ、剣の一突きで悪獣を退治した等々沢山の伝説がある。

この伝説から恋人達の守護神サン・ジョルディが生まれ、退治した獣の血が勝利の色、赤いバラが愛と勇気のシンボルとなったのだという。

「サン・ジョルディの日」の四月二十三日は、春先の大麦栽培の時期でもあり、この季節には「バラの市」が開かれた。麦はカタルーニャの主たる穀物で、農民たちは戦の時麦を刈る鎌を武器に戦い、麦刈りの歌が国歌になっているほど大切なもの。ジョルディはギリシャ語の「土」の意味があり、農民の神、猟師の神、そして人々が好んでつける人名でもある。

本については「ドン・キホーテ」の著者であるスペインの文豪ミゲル・セルバンテス(一五四七～一六一六)が四月二十三日に亡くなり、この文豪を偲ぶ行事として「本の市」が開かれるようになった。

このようにして、サン・ジョルディ、バラの花と麦、本が一体になった今日の祭りが祝われるようになったのである。一九三一年にカタルーニャはこの日を「国民の日」とし、休日ではないが、心の安息日として大切にされているという。

この日は各地でさまざまな催しが行なわれる。大がかりな「本の市」「花の市」、サルダナの踊りやサン・ジョルディを讃える行列……。この日のために用意した衣装を身につけて、一日中人々が広場で踊り続ける村もあるという。

### 日本に根づくか愛の習慣

「愛のサン・ジョルディ」を「バレンタインデー」のコマーシャリズムと同一視する人があるかも知れない。書店と生花店の新しい共同戦略、果してうまくいきますか」と揶揄的なマスコミもあるが、今年も四月二十三日に向けて四月十八日、十九日「愛のサン・ジョルディ」キャンペーンが昨年の七都市に新たな三都市(福島、郡山、京都)を加えた十都市を中心に展開されようとしている。

「新しい読書需要の開拓のために、愛のサン・ジョルディのアイデアは素晴らしい。本ばなれ傾向の激しい若い人をひきつけるため、出版界は〝読書週間〟など設けて押しつけて来たが、遊び心ですすめたい。こういった活動は三年、五年はかかると思うが、今年は、昨年バラつきのあった協力体制をきめ細かに徹底させようと考えている」と、日書連副会長の鬼頭真一はファイトをもやす。生花業界も今年は積極的に動く予定である。

外国から輸入されて日本に根づいたギフトの習慣は古くはクリスマスプレゼントがあり、バレンタインチョコレートがある訳だが、それと同レベルで「サン・ジョルディ」の本と花を考えるのは間違っている。確かに表面的には同じような「モノ」の交換であるが、それにまつわる精神の深さに気づくべきである。

「本を贈る」「花を贈る」などという日本人のもっとも不得意とすることをあえて習慣として根づかせようと試みることは、とりも直さず日本人の体質を変革する運動を興そうとすることになる。

女性は何処の国の女性であれ、花が好きである。愛する女を喜ばそうと、外国の男は女の好きな花を差し出すのに何のためらいもない。それどころか、バラの花束の贈物をエサに、巧みに女心にとり入って、次々と出世の階段を上っていく男の物語もあるくらいである。

それに反してテレ屋の日本の男はどうだろう。愛する女性がいても「俺の気持ぐらい、ワカっているだろう」と人前ではひたかくしにする。花屋は別として、ほとんどの男性は花などとは一生無縁の人生と思っているに違いない。そうしてみると日本において男が女に花を贈る習慣を始めるということは、男が堂々と女の心を大切にするようになったという意味で、案外革命的なことなのだ。

一方、本を贈るということを、コマーシャリズムの立場から考えると、本はチョコレートを品定めするように簡単に選べない。愛する男性がどんな人か、どんな本を読むのか、そして今何に関心を持っているのかを知らないと、いくら予算があっても買うことが出来ないのだ。

昨年四月の「本と花の市」で、並んだ沢山の本を前に若い女性がしばしたたずむ風景が見られた。意中の人に差し出す本がみつかったろうか？ いろいろ考えた末、「やっぱり私は愛する資格がない」などと買わずに帰ってしまった女性もいたかも知れない。愛やロマンは直接金にはならないのだ。

竹村亜希子が日本で「二十一世紀には根づくかも知れない習慣」と予言したのは、そういった諸条件を克服して新しい日本の生活文化を創造するには或る程度の時間がかかることを意味している。国際化とともに地方の時代とも言われる今、その使命を、文化的なものが何もないと言われてきた名古屋を発信地とした「愛のサン・ジョルディ」が担っている。

(文中敬称略)