５月１１日から美容動画シリーズを公開「男だけど、伝統文化継承のためにお化粧もする」YouTuberミスターお正月

ミスターお正月は、日本全国各地のお正月の文化を調査し、その魅力を世界と後世に発信するYouTuberです。このたびミスターお正月は、新たなる取組として、2021年5月11日
から、「ミスターお正月とBeauty&Health」シリーズの動画投稿を開始しました。この動画シリーズは、美容と健康についての情報発信をするもので、レーザー脱毛、日焼け止めクリーム、化粧水などの情報を公開していきます。このシリーズは、ミスターお正月のメインチャンネルにてご覧になれます。
もし、興味をお持ちいただけましたら、取材・報道のほどよろしくお願いいたします。写真等ご入用の場合は、当方の手持ちのモノもお使いいただけます。どうぞよろしくお願いします。

＜取り組みのきっかけ＞
美容と健康に良い栄養価を持つ、広島の伝統正月料理「ワニのお刺身」。ミスターお正月は、全国各地のお正月を研究しており、今年2021年の年始は、群馬から西側の25都府県のお正月の様子を調査しました。その中で広島県内を調査し、ワニのお刺身を提供するお店に立ち寄りました。
当方は、「日本正月協会販売部」としてインターネットショッピングサイトの運営業務もおこなっており、店舗との販売業務提携によって、当店で広島冷凍ワニのお刺身を販売させていただくことになりました。
当方の聞き取り調査によると、「ワニのお刺身」は高齢世代には広く浸透しているものの、若い世代では「日保ちするが臭いがキツくなる」という負の側面が強く印象付けられているため、敬

遠されがち。その一方で、ワニのお刺身は他の魚介類などに比べ、美容と健康のために優れた栄養価を持っていることから、現代でも十分に価値が通用します。しかし、その魅力は広く知られておらず、伝統文化消滅の危機にあります。私はお正月の魅力を世界と後世に伝えることが活動目的ですので、この文化継承の問題解決に取り組みます。

＜これまでの取組での苦労＞
私のこれまでの調査によれば、西日本ではワニのお刺身の存在は広く知られていますが、東日本ではほとんど知られていません。そこで、あえて負のイメージや先入観のない東日本で、ワニの美容的価値に焦点を当て、消費を促すことはできないかと、群馬の隣県３県（埼玉、長野、山梨）にて、チラシの配布活動をおこなってみました。1,000部ほどのチラシを300部程度ずつ３県に配布しましたが、反響は全くなし。食べ慣れていないもの、聞き慣れていないものの魅力がいかに伝わらないか、痛感させられました。
そこで今度は改めて切り口を変えた取組をすることにしました。それが今回の取組「ミスターお正月とBeauty&Health」シリーズの動画投稿です。この取組は、ワニのお刺身の「美容的・健康的価値」にスポットを当てて、価値を啓発することが真のねらいです。しかし、その取組をする者が、「いかに美容と健康に造詣が深いか？」を問われるのは当然です。ですので、私がいかに日頃から美容と健康の維持のために気を配って生活しているかを、この動画でお伝えしていきます。こうして、自身の言動に対する説得力を持たせた上で、改めてワニのお刺身の魅力を訴えることで、若い世代に説得力を持って、ワニの価値を伝えられれば、と考えております。

＜動画シリーズの目標＞
このシリーズでは、「美容系資格取得」を目標に掲げ、動画を作っていきます。

＜美容と健康に対する想い＞
今は30代後半になった私ですが、かつて30歳を迎えた頃、20代の不摂生が見た目に現れてきました。喫煙者だったこともあり、肌は黒ずみ、ヒゲは青く、メタボな体型。健康診断をすれば「要医療」の危険な値が出ていました。「このままではダメだ」と、それから少しずつ生活習慣を改善し、美を意識した健康的な生活習慣に改善しました。今ではよく大学生に間違われるほどに若返りました。美容脱毛を定期的に行い、お風呂上がりには美白化粧水を。日焼け止めを塗った上で、直射日光に触れないよう注意し、日々の有酸素運動や、筋トレも欠かしません。食べるものも厳選しています。

＜ミスターお正月 概要＞
日本全国各地の正月（正月料理、正月行事、正月遊び、正月飾りなど）を、調査・研究する民俗研究者。「親しみやすい顔」としてのYouTuber「ミスターお正月」として情報発信しながら、「権威」としての「日本正月協会」を組織し、代表者を務める。

＜略歴＞
・美大を多浪の末挫折したために最終学歴は高卒。
・大学進学を諦めたのち、地元の看板屋や印刷屋などでグラフィックデザイナーとして10年超就業
・調理師免許・応用情報技術者・日商簿記３級など多数の資格を取得。
・道の駅を利用しての日本一周47都道府県めぐりの中で、お正月の特異性が埋もれていることに気づく。

＜活動のきっかけ＞
20歳の頃のイタリアでの経験から、「まだ世界にあまり知られていない日本の文化を世界に向けて周知・啓発することで、経済振興を図りたい」と考えるようになった。2017年末に、かつて「

ミスターお正月」として知られていた海老一染之助・染太郎さんが亡くなったことを機に、2018年１月より、自らが「お正月の顔」となり、「お正月」を一つの日本の伝統文化として海外に周知・啓発しようと活動を開始した。

＜詳細＞
https://www.oshogatsu.net/press20210518/

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com