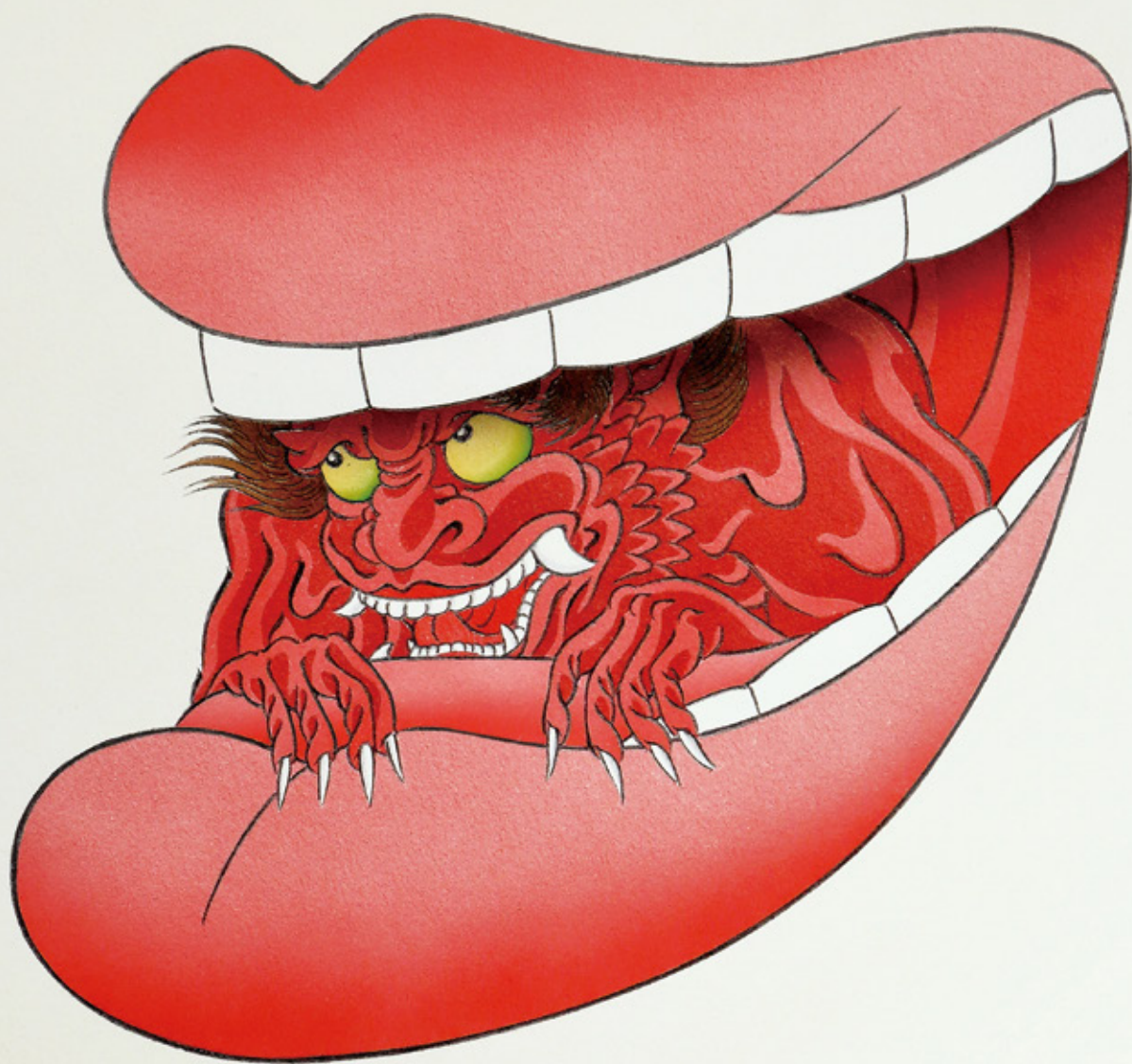


HIRAGANA TIMES.



Ukiyo (blue transient) and
Ukiyo (enjoyable transient)

憂き世と浮き世
う よ う よ



Ukiyo (blue transient) and Ukiyo (enjoyable transient) 憂き世と浮き世



くちは禍の門
© KONJAKU Labo.

Text: SAWAGUCHI Shota

文：澤口 翔太
ぶん さわくちしょうた

Ukiyo-e is a style of painting that depicts the social conditions of the Edo period (17th to late 19th century) in Japan. The term "ukiyo 憂世" is derived from a Buddhist term that predates the Edo period. "Uki 憂き" represents blue transient aspects.

江戸時代 (17～19 世紀後半) の世相を描いた浮世絵。この「浮世」という言葉は、江戸より前にあった仏教の言葉「憂 (き) 世」に由来します。「憂き」は、つらいこと、儚いことという意味です。

As the lives of townspeople became more stable during the Edo period, the idea of enjoying oneself in this transient world gained popularity. The blue world "ukiyo 憂き世" transformed into an enjoyable transient world "ukiyo 浮き世."

江戸時代に入り町人たちの暮らしが安定すると、儚い世なら楽しく浮かれて生きようという考えが広がりました。

「憂き世」は「浮き世」に変わったのです。

The term "ukiyo-e" came to be used for paintings depicting popular culture. However, while the connotation changed, the Buddhist worldview associated with "Ukiyo 憂き世" has been inherited. There are many works that are not only for entertainment, but depict the transience of life and perception of the evanescence of world, such as death and the supernatural.

大衆文化を題材にした絵画を「浮世絵」と呼ぶようになりました。ただ、意味合いは変わっても、「憂き世」が表していた仏教的な世界観は引き継

がれています。娯楽だけでなく、死や超自然など、命の儚さや世の中の無常観を描いた作品も少なくありません。

The cover illustration for this issue is titled "Kuchi wa Wazawai no Mon" (The Mouth is the Gateway to Calamity) by the artist ISHIKAWA Masumi who connects the worldview of ukiyo-e to the present day. With a playful spirit, it skillfully portrays the absurdity of people's failures resulting from careless remarks, which remains relevant both now and in the past.

今回の表紙絵は、そんな浮世絵の世界観を現代につなぐ画家・石川真澄さんの「口は禍の門」です。今も昔も変わらない、不用意な発言で失敗する人のおかしさを、遊び心とともに巧みに描写しています。

JAPAN Art	Japan Trend	JAPANESE News
04 Japan Artist ジャパン アーティスト	38 Spotlight スポットライト	18 News Review ニュースからまなぶ
44 JAPAN STYLE ジャパン スタイル	40 Topics & Events トピックス&イベント	19 New Expressions & Buzzwords 新語・流行語 しんご りゅうごうご
	42 JAPAN Products ジャパン製品 せいひん	20 Close Up Japan クロースアップ・ジャパン
		22 CIA (Comical Imagination Actors) Theater CIA (コミカル・イマジネーション・アクターズ) 劇場 げきじょう
Hiragana Times EXPO		Nihongo Spirit
10 World Pavillion ワールドパビリオン	People	24 Nihongo Spirit 日本語道 にほんご どう
12 Japan + ×♡ ジャパン タス ケ アイ	34 Person Of The Hour 時の人 ときひと	30 My Arogatou 私のありがとう わたし
		Live in Japan
		32 Free Online Dojo for Nihongodo 日本語道 無料 オンライン道場 にほんご どう むりょう どうじょう

How to enjoy Hiragana Times, the "Hybrid Magazine with Apps"

Download the Hiragana Times app, create your own account, and enter the ID and PW for this month's issue to read it on the app.

「アプリ付ハイブリッドマガジン」ひらがなタイムズの楽しみ方

ひらがなタイムズのアプリをダウンロードしてご自分のアカウントを作成、今月号の ID と PW を入力するとアプリでも読むことができます。

This Month's issue ID & Code

今月号の ID とパスワード

ID:

PW:

To Our Readers 読者の皆様へ

In order to make the magazine even better, Hiragana Times welcomes your comments and suggestions. Write your name, gender, age, nationality, and send this information to us by postcard or e-mail. If you would like to receive a gift from us, please write your address, the gift name and your phone number. Competition closes on the 5th of every month. Winners will be selected by lottery and receive gifts directly.

より良い誌面にするため、ひらがなタイムズでは皆様からのご意見や感想をお待ちしております。氏名、性別、年齢、国籍をお書きの上、はがき、または E メールでお送りください。読者プレゼントをご希望の方は、郵便番号、住所、商品名、電話番号もお書きください。毎月 5 日締め切り。応募数の多い場合は抽選。結果は発送をもってかえさせていただきます。

〒 151-0062 東京都渋谷区元代々木町 10-10 第 6 まつしまビル 3F

ひらがなタイムズ編集部

address 3F, 6th-Matsushima Bldg., 10-10 Shibuya-ku, Tokyo 151-0062,

Editorial Dept., Hiragana Times

tel 050-5490-2492

mail editor@hiraganatimes.com

web hiraganatimes.com

Published and Edited 発行・発売 | Hiragana Times, Incorporated 株式会社ひらがなタイムズ

Publisher 発行人 | TARUISHI Koji 樽石幸治

Editor in Chief 編集人 | TARUISHI Koji, HASEGAWA Katsuyuki 樽石幸治、長谷川勝行

Assistant Editor 編集アシスタント | SAWAGUCHI Natsuki 澤口夏紀

Proofreaders 校正 | TATEISHI Saeko, TANAKA Miyuki, Shoichi MURPHEY

タテシサエコ、田中美雪、飯岡翔一

Multi-Level Text Recording マルチレベル・テキスト音声 | ONO Keiko, Dominic ALLEN

小野慶子、ドミニク・アレン

Design | Snapask (Holdings) Inc. Iris Chang 張尹程, Mary Cho 卓夢紘

DTP | SEKI Natsuko, SUZUKI Yusuke 関なつこ、鈴木勇介

WEB | HASEGAWA Riki 長谷川理樹

The Aesthetics of Ukiyo-E Embodied in Lines

ISHIKAWA Masumi

KONJAKU Labo.

首野川家祝宴図
くびのかわけしゅくえんず

Kubinokawake Shukuenzu

線に宿す
せん やど

浮世絵の美学
うき よ え び がく

Text: SAWAGUCHI Shota

文：澤口翔太
ぶん さわぐちしょう た





梵天

上野屋



い



Ukiyo-e is a glamorous genre painting based on the "ukiyo (workaday world)," a world reflecting theater and the red light district during the Edo period (17th-19th century). To meet the demand for mass production, many ukiyo-e prints were created using a technique called woodblock printing. In this method, the artist would draw the design, a carver would carve the patterns on a wooden block, and a printer would layer colors onto washi paper. Even the ukiyo-e prints that have survived to the present day are mostly woodblock prints.

浮世絵は、江戸時代（17～19世紀）に流行した、芝居や遊里などの「浮世（俗世間）」を題材にした華やかな風俗画です。大量生産するため、その多くは木版という手法で制作されました。木版は、絵師が絵を描き、彫師が図柄を彫って、刷師が和紙に色を摺り重ねて制作する手法です。現代に残る

國真妖異傳之内傑士虎仁王逢魔ヶ時

Kunimasayouidenouchi
kesshikonjououmagatoki



Star Wars Picture Scroll
Jedi Master Yoda

星間大戦絵巻 侍第師範 擁儒
せい かんたい せん え まき ジェダイマスター ヨーダ

© & TM Lucasfilm Ltd.

News Review ニュースからまなぶ

Fried Horse Mackerel in the Spotlight

ちゅうもくされる アジフライ

あじふらい



English+
Japanese



English



Japanese



Japanese
Text



写真提供：トーキョーアジフライ／株式会社カタンナッセ

1. Fried horse mackerel is one of the commonly consumed and popular dishes in Japanese households.

アジフライは、にほんのかていでふだん
あじふらい nihonn no katei de fudann
fried horse mackerel Japanese households in the commonly
よくたべられるおかずのひとつです。
yoku taberareru okazu no hitotsu desu.
consumed and popular dishes one of is

2. Recently, fried horse mackerel has been attracting attention in the media.

さいきん、アジフライがメディアで
saikinn, ajifurai ga media de
recently fried horse mackerel the media in
とりあげられてちゅうもくされています。
toriagerarete chuumoku sarete i masu.
has been attracting attention

3. The catalyst was the declaration by Matsuura City in Nagasaki Prefecture, known for having the highest yield of horse mackerel catch in Japan, as the “Mecca of Fried Horse Mackerel.”

きっかけは、アジの
kikkake ha, aji no
the catalyst horse mackerel (catch) of
みずあげりょうにほんいちのながさきけん
mizuage'ryou nihonnichi no nagasaki kenn
(known for having) the highest yield in Japan in Nagasaki Prefecture
まつうらしによる、「アジフライのせいち」
matsuura shi ni yoru, ajifurai no seichi
Matsuura City by as the Mecca of Fried Horse Mackerel
せんげんです。
sengenn desu.
the declaration was

4. Matsuura City’s fried horse mackerel has gained a reputation for being tastier than previous fried horse mackerel.

まつうらしのアジフライは、これまでの
matsuura shi no ajifurai ha, koremade no
Matsuura City's fried horse mackerel previous
アジフライよりもおいしいと
ajifurai yori mo oishii to
fried horse mackerel for being tastier than
ひょうばんになりました。
hyoubann ni nari mashita.
has gained a reputation

5. The fried horse mackerel boom that began in Matsuura City has spread to Tokyo, where specialty stores have also opened.

まつうらしからはじめた
matsuura shi kara hajimatta
Matsuura City in that began
アジフライブームは、とうきょうにも
ajifurai bu-mu ha, toukyou ni mo
the fried horse mackerel boom Tokyo to
せんもんてんがしゅってんするなど、
sennmonn'tenn ga shuttenn suru nado,
where specialty stores have also opened
ひろがりを見せています。
hirogari wo misete i masu.
has spread



English+
Japanese



English



Japanese



Japanese
Text

蛙化現象

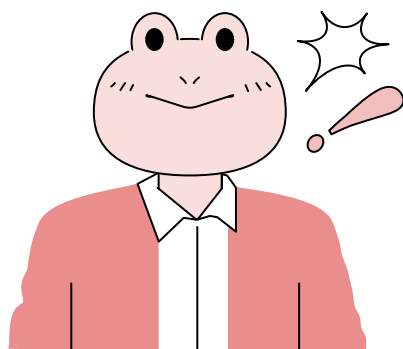
かえる か げんしょう

pronounced

Kaeruka genshou

definition

Frog phenomenon /
ICK



1. This is the phenomenon of disliking someone you like as soon as you find out he or she likes you.

好きな相手に
す あいて
sukina aite ni
someone you like

好意を持たれた
こうい も
kou i wo motareta
you find out he or she likes you

途端に
とたん
totann ni
as soon as

嫌いになってしまう
きら
kirai ni natte shimau
of disliking

現象
げんしょう
gennshou
the phenomenon

のことです。
no koto desu.
this is

2. This word is also utilized when you start disliking someone due to their small words or actions.

相手の
あいて
aite no
someone

ちょっとした
chotto shita
their small

言動
げんどう
genndou
words or actions

で、
de,
due to

嫌いになってしまう
きら
kirai ni natte shimau
you start disliking

とき
toki
when

にも
ni mo
also

使います。
つか
tsukai masu.
this word is utilized

3. Although it is a term used in psychology, its usage has expanded.

心理学用語
しんりがくようご
shinnrigaku'yougo
a term used in psychology

です
desu
it is

が、
ga,
although

使い方が
つか かた
tsukaikata ga
its usage

広がっています。
ひろ
hirogatte i masu.
has expanded

ちいかわ構文

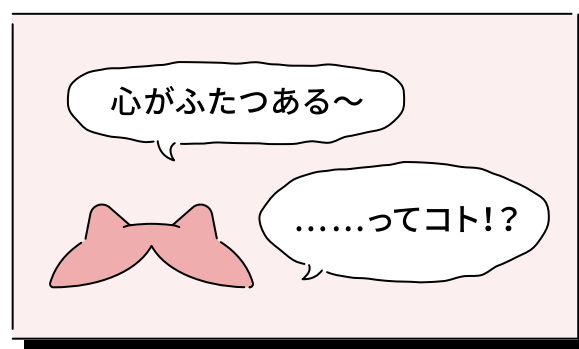
こうぶん

pronounced

Chiikawa koubun

definition

Chiikawa Syntax



1. It refers to the phrases used in the world of "Chiikawa," a popular manga and anime.

まんが や アニメで 人気の 「ちいかわ」 の
mannga ya anime de ninnki no "chiikawa" no
a manga and anime popular Chiikawa of

世界 で 使われる 言い回し のことです。
sekai de tsukawareru iimawashi no koto desu.
the world in used the phrases it refers to

2. These phrases such as "..... tte koto!?" (you mean ...!?) "Kokoro ga futatsu aru- (I have two minds)."

「.....ってコト!？」
こと
"..... tte koto!?"
..... tte koto!?

「心 が ふたつ ある〜」
こころ
"kokoro ga futatsu aru-"
Kokoro ga futatsu aru-

などが あります。
nado ga ari masu.
such as these phrases

3. It can be used in various everyday situations, so it is often used on social networking sites.

日常の
nichijou no
everyday

さまざまな
samazama
various

場面
ばめん
bamenn
situations

で 使える
de tsukaeru
in it can be used

ため、
tame,
so

SNS
えすえぬえす
SNS
social networking sites

で
de
on

よく
yoku
often

使われています。
つか
tsukawarete i masu.
it is used

JAPANESE CURRY

POPULAR AROUND THE

I heard that Japanese curry is popular all over the world. TasteAtlas, a website that introduces recipes and restaurants for traditional meals from around the world, ranked Japanese curry No. 1 in its "Best Traditional Food in the World" 2022 rankings.

日本のカレーが、世界で人気だそうです。世界の伝統的な食事のレシピやレストランを紹介するサイト「TasteAtlas」では、2022年の「世界最高の伝統料理」ランキング1位が日本のカレーでした。

ビーフカレー

It is described there as "one of the most popular dishes in Japan, brought from England and eaten during the Meiji period (1868-1912). Compared to Indian curry, it is less spicy, sweeter, darker in color, and thicker due to the addition of a roux made of wheat flour." Curry, which is so common for Japanese people, seems to be a world-class national dish.

BEEF CURRY

そこには、「日本で最もポピュラーな料理の一つで、

明治時代 (1868 ~ 1912) に英国から持ち込まれ、食べられるようになった。インドのカレーと比べてスパイシーさは控えめで、甘みがあり色が濃く、小麦粉が使われたルーを加えるため、とろみがある」と紹介されています。私たちにあって当たり前のように存在するカレーは、世界に誇る国民食と言えます。

Surely no one can forget the taste of the curry rice their mother made for them as a child. Using commercially available curry roux, potatoes, carrots, onions and meat, one can make a thick and creamy curry that they can then pour generously over a bed of rice. When I was in high school, my mother was sick in bed, so I made curry rice to give her something delicious to eat. I took my time to



KALI AYAM カリアヤム



CORNE BEEF CURRY コンビーフのカレー



CHICKEN TIKKA MASALA チキン ティッカマサラ

Text: IWASAKI Yumi

文: 岩崎由美
ぶん いわさき ゆみ

WORLD!



SPICY SOUP CURRY WITH CHICKEN WINGS

手羽元のスパイシースープカレー
てばもと

roast onions until they were golden brown and used curry powder to make this authentic curry. Once I've even had someone who makes good curry hit on me using the line, "I made curry, would you like to come over to my house?"

確かに、誰もが子どもの頃にお母さんが作ってくれたカレーライスの味を忘れることはできないでしょう。市販のカレーラーを使い、大きなジャガイモにニンジン、玉ネギ、お肉が入った、とろ〜りとしたカレーをご飯の上になっぷりとかけます。私が高校生の時、母が病気で寝込んでいたので、おいしいものを食べてもらいたいと作ったのもカレーライスでした。じっくり時間をかけて玉ネギをきつね色になるまで炒め、カレー粉を使った本格的なものです。あるときは、カレー自慢の人から「カレーを作ったから家に来ない?」と口説かれたこともありました。

Perhaps it is because it is on the school lunch menu. Some surveys have shown that it is the top favorite menu item for children. Curry rice is also made while camping. There is something special about eating curry outdoors with everyone.

学校給食のメニューにあるからでしょうか。子どもが好きなメニューのトップだという調査結果もあります。キャンプで作るのもカレーライス。野外で、みんなで一緒に食べる味は、また格別です。

Many households probably prepare retort pouch curry, which can be easily eaten by one person, as a preserved food. There are about 3,000 kinds of retort pouch curries, including limited local flavors. Supermarkets even have shelves dedicated to retort pouch curries.

1人で手軽に食べられるレトルトカレーを、保存食として用意している家も多いでしょう。レトルトカレーは、ご当地のものも含めて約3,000種類もあるのだとか。スーパーにはレトルトカレーだけの棚があるほどです。

There are various types of curry available at restaurants, includ-

ing thick European-style curry, popular soup curry, Indian curry served with naan, Thai curry, and curry ramen Bakeries serve "curry buns," which are crispy deep fried dough buns filled with curry. And *soba* and *udon* noodle restaurants serve "curry nanban *soba*" and "curry *udon*" with Japanese-style broth, each so popular that specialty stores have sprung up.

レストランで食べられるカレーは種類もさまざまで、とろりとした欧風カレー、人気のスープカレー、ナンと食べるインドカレーや、タイカレー、カレーラーメン……。また、パン屋さんに行けば、カレーをパン生地で包んでカリッと揚げた「カレーパン」、蕎麦屋やうどん屋では和風だしの「カレー南蛮そば」や「カレーうどん」などがあり、それぞれ専門店ができるほどの人気です。

According to a survey by the All Japan Curry Manufacturers Association, each person eats four servings of curry per month, or about once a week, which shows how popular curry is to people. It is also well known that Ichiro, a former major league baseball player, used to eat curry rice every morning for luck.

全日本カレー工業協同組合の調べによると、1カ月に1人4皿、だいたい週に1度は食べている計算で、カレーがどれほど身近かがわかります。元メジャーリーガーのイチロー選手が、毎朝カレーライスを食べて「ゲン担ぎ」をしていたこともよく知られています。

The first time curry appeared in Japanese literature was in an English dictionary published by FUKUZAWA Yūkichi in 1860. About 100 years earlier, in the 1770s, the spices that the British brought back from their colony in India to their home country and commercialized were introduced to Japan along with recipes. It was not until the Meiji period

カレーうどん



CURRY UDON

世界で人気! 日本のカレー



甘口カレーパン
あまくち

MILD CURRY BREAD

(1868-1912) that people actually began to eat it. At Western-style restaurants that appeared around the time of civilization's opening to the outside world, "rice curry" became a treat and was placed on the menu along with "omelets," "cutlets," and "beefsteak."

カレーが初めて日本の文献に登場するのは、1860年に福沢諭吉が出版した英語の辞書です。そこから100年ほど前の1770年代に、イギリス人が植民地だったインドから本国にスパイスを持ち帰り商品化したものが、日本にレシピと共に伝わりました。実際に食べられ始めたのは明治になってからです。文明開化の頃に登場した洋食屋で、「ライスカレー」はご馳走として、「オムレツ」「カツレツ」「ビフテキ」と並んでメニューに載るようになりました。

At the time, rice curry was becoming a very fashionable dish and high profile cultural figures such as NATSUME Soseki and MORI Ogai were fond of eating it. The first domestically produced curry powder appeared in 1905. It was manufactured and sold by a pharmaceutical wholesaler in Osaka (today's S&B Foods). In the Taisho era (1912-1926), curry powder spread to ordinary households, and in 1948, after World War II, it was added to school lunch menus.

当時、ライスカレーは流行の最先端で、夏目漱石や森鷗外といった感度の高い文化人が好んで食べていました。国産のカレー粉が初めて登場したのは1905年。大阪の薬種問屋（現在のエスビー食品）が製造・販売しました。大正時代（1912～1926）になると一般家庭に広がり、第二次世界大戦後の1948年に学校給食のメニューに加わります。

The first easy and convenient solid curry roux, with thickening and umami ingredients added to curry powder, was introduced in 1950. Retortable curry, which can be eaten simply by heat-

ing the curry in a pouch, was born in 1968. Some of you may remember astronaut MOHRI Mamoru was eating retort pouch curry in space.

カレー粉にとろみとうま味成分が加えられた、簡単な固形のカレールーが登場したのは1950年。パウチのまま温めるだけで食べられるレトルトカレーは、1968年に誕生しました。宇宙飛行士の毛利衛さんが宇宙でレトルトカレーを食べたのを覚えている方もいらっしゃるでしょう。

Various curry festivals are currently being held throughout Japan. The "Kanda Curry Grand Prix" is a festival to determine the number one curry restaurant in the Kanda area of Tokyo, a fierce battleground for curry with over 400 curry restaurants. Among the curry restaurants in the Kanda area, 20 restaurants are selected to participate in the grand prix competition by fan votes, and the number one curry restaurant will be voted for by visitors on the day of the two-day event.



現在、全国各地でさまざまなカレー

フェスが開催されています。「神田カレー

グランプリ」は、カレー店が400を超えるカレー激

戦区である東京・神田周辺のカレーナンバーワンを決める祭典です。神田界隈のカレー店の中から、ファン投票でグランプリ決定戦に出場できる20店舗を決め、2日間にわたるイベントの、当日の来場者による投票でナンバーワンを競います。

The Shimokitazawa Curry Festival, a town-wide event held in Shimokitazawa, Tokyo, a popular town for young people, started in 2012 and has grown into a major event that attracts 120,000 people with about 120 restaurants participating by 2022, its 10th year. Not only the curry specialty restaurants but also local bars and izakaya (Japanese-style pubs) will participate in the festival



by creating curry menus and offering special menus only during the festival. During this time, the town is filled with tourists staring at a map to find a restaurant in order to try the curry they are looking for.

若者に人気の町、東京・下北沢で開催される町ぐるみのイベント「下北沢カレーフェスティバル」は、2012年に始まりました。

10年目の2022年には約120店舗が参加し、12万人が集まる大きなイベントに成長しています。参加するのはカレー専門店だけでなく、地域のバーや居酒屋もカレーメニューを考案し、フェスの期間中だけ特別メニューを提供します。開催期間中、お目当てのカレーを食べるために、地図とにらめっこしながらお店を探す観光客が町にあふれます。

Curry House CoCo Ichibanya, the largest curry chain, has 208 stores overseas (as of the end of February 2023) and has surprised Indians by expanding into India, the home of curry. In addition, in the UK store, a curry topped with chicken cutlet is gaining popularity.

カレーチェーンの最大手「カレー

ハウス CoCo 壹番屋」は、海外で208

店舗を展開し(2023年2月末)、カレー

の本場インドへも進出してインド人を驚かせ

ました。また、イギリスの店舗ではカレーの上にチキン

カツをのせたものが人気だそうです。

In Japan, popular restaurants have long lines of customers. The owner works tirelessly to master the taste, changing the spice mixture depending on the weather and temperature as well as the season. Japanese curry, which is unparalleled in Japan, continues to evolve even today.

日本でも人気店は行列が絶えません。店主は味を極めるために、季節はもとより、天気や気温によってスパイスの配合を変えるなど、不断の努力を重ねています。他に類のない日本のカレーは、今もなお進化し続けています。



CREAMY CURRY クリーミーカレー



PORK AND PINEAPPLE CURRY 豚肉とパイナップルのカレー



VEGETABLE SOUP CURRY 野菜のスーパークレー