

コンビニは、便利。

皆さんにとって無くてはならないもの、手放せない便利なものはありますか。

私には沢山あります。携帯電話、パソコンなんて無くなることを想像することすら出来ない。そしてコンビニも！

コンビニとはなんだろう。昼ご飯であり、いつでも飲み物選び放題の冷蔵庫。財布であるときもあるし、色々なチケットがすぐ買える窓口でもある。そんな一人何役もこなしてくれるコンビニ、便利この上無し！

この便利っていったいなんだろうとふと考える。まあ、とりあえずの物や事がある程度処理出来る機能があるから便利…。確かにそうなのだが。ん～、この便利さって、考えたり準備したりそんな事もかなり減らしてくれるところがより便利に感じるのかも！？とりあえずコンビニがあれば何とかなる、みたいな。

最近事件が起こった。私が通うオフィス近くのコンビニ店前のウィンドウに「5月24日 閉店」の文字が踊った。オフィス内は騒然とした。そのコンビニはオフィスの近くも近く、目の前にあるのだ。隔てているのは一方通行の狭い道一つ、大げさにいうと、たとえ雨が降っていても傘なんてささずに「えいやっ！」と気合いで行ける近さなのだ。それが無くなる…。

各人から上がる「困るー!!」「お昼どうすればいいー!？」などなど（皆、気持ちは同じだったらしい）。日本橋の端っこだといたってここは花の東京と真ん中、コンビニの一つくらい無くなったって何の不便のあることか…。実は50mも歩けばコンビニは3件、100m歩けばさらに2～3件もある。大丈夫、

大丈夫、落ち着け、冷静に、冷静に、と言いつつ聞かせながら、相変わらず昼休みには昼ご飯を求めて道路を渡る日々が流れたのだ。

そんなある日、店内に入ると思わず「え!？」っと声が出てしまった。なんだか店内が白い…。なんだ、なにか変わってる？違和感には気付いたものの原因が中々分からない。そう、商品が無くなっているのだ。本のコーナーから本が消えている。それを見て「え!？なんか店内が白いな」と思ったのだった。次の日の昼、カップ麺を食べると心に決めてコンビニに行った私を待っていたものは、白いカップ麺コーナー。あったのはラーメン2種類と焼そば1種類だけ…。ああ、本当に無くなってしまふのだ、閉店なのだ、なんだろうこの不安感。心がザワザワする。

そして、その日はついに訪れた。用の無い時には「コンビニあり過ぎ。こんなにいらなんでしょう。」なんて気軽に無責任に思っていた。しかし、実際に無くなって初めて分かるこの消失感。たった50～100mが遠い。本当に遠いのだ。激近コンビニの便利さが当たり前となってしまったこの身はやはり求めてしまふのだ「もっと近くにコンビニを!」と。

慣れとは恐ろしいものだ。便利とは中毒するのだろうか。無ければならぬやっていけていたものを、もう元には戻れないのだろうか。恐るべしコンビニ、ドミナント戦略の真の狙いはこの中毒化にあるのではないだろうか。

でも、コンビニまでの距離が少し伸びたことにより、万歩計の数値は増えて来た今日この頃。ほんの少しの不便が、ほんの少しの健康を産むのかもしれない。そういう事にしておこう。

ギンポーパック通信



ジーズ
Vol.65



同じものを見つめて行きたい…。

最近、日本の物事を海外に輸出しようという動きが活発になっています。政府も日本文化の海外輸出に一生懸命。いわゆる『クールジャパン』は官民こぞで動き始めていますし、実際日本のアニメ等は多くの国々で人気ようです。

昭和に育ち、がむしゃらに働きながら裕福そうなアメリカのテレビドラマを夢の世界と眺めつつ、追いつけ追い越せと西欧文化の輸入に余念が無かった世代には隔世の感があります。

今、輸出しようとしている数多くのものの中には、江戸文化の名残、昭和の職人の腕など、古きよき日本も数多く含まれているようです。どちらかという、私達が一度は否定していた、古臭い日本そのものたちです。

私たちが当たり前だと思っていることも、人によっては新鮮なものになります。ものと人の関係って、当たり前ですが相対的なものなのでしょう。

古臭いものが、古きよきものになり、手作業の職人仕事は職人の技となる。そして海外から注目を浴びる事にもなります。

昔と今の違い、海外との関係の変化。ほんの少しの時代の変化は私達の思いをこうも変えてくれました。

何を求めているか？何処に向いているかによって、ものの見え方は違ってくるのでしょうか。だから人の数だけ見方があって当たり前。

「当たり前のことだから、話さなくても解り合える」なんて思い込んではいけません。たぶん、それは私たちの思い上がりか横着でしかありません。もっと言ってしまうと、相手に甘えてしまっているのかもしれない。思い込みから始まるちょっとした誤解。それは放っておくとどうしようもないくらい遠く離れてしまい、解り合えることなど不可能になってしまいます。

今思っていること、今考えている事を意識して口に出してみる。最初のちょっとした誤解はきっと無くなります。

私達は思いを発信します。考えている事を伝え続けます。皆様の御意見を耳にしながら、時にはお叱りを受けながら。皆様と同じものを見つめて行きたいと願います。

contents

- gs message
同じものを見つめて行きたい…。
- gs report
季(とき)を彩る一年中行事を尋ねて(3)ー
- 包装食品のものさし〈No.35〉
食品と容器のコラボレーション
- gs square
コンビニは、便利。



季(とき)を彩る一年中行事を尋ねて(3)ー

七月	七夕 (たなばた)
「笹の葉さらさら 軒端に揺れて～」	

お聞きになったこと、ありませんか？そう、童謡「たなばたさま」（作詞 権藤はなよ／林柳波 作曲 下総院一）の出だしです。毎年、夏が近づくと「七夕まつり」という言葉がマスコミにも登場し、「ああ七夕の時期か」と気付くくらいで、永い間、気にも留めずに来ました。それがどんな由来で、どんな意味を持つのか。しかしひも解いてみると、日本で遥か昔から大切に受け継がれてきた伝統の美しさ、感性。また素朴な願いを込めた行事の一つとして連綿と戦中・戦後も絶えることなく今に続いています。あらためて「七夕」を見てみましょう。

起こりは中国から。星の世界のロマン伝説

七夕とは毎年7月7日（旧暦）の夜、天帝の怒りにふれて、天の川の兩岸に分かれて暮らすことになった牽牛（彦星）と織女（織姫）の夫婦が、一年に一度だけ逢うことを許された夜。もし雨が降ると、天の川があふれて渡れません。悲しみの涙にくれているとかササギの群れが飛んできて羽を広げて天の川を渡らせてくれるというロマンチックな伝説に因む年中行事です。中国で生まれ、奈良時代に日本に語り伝えられました。この伝説と日本古来の農作を祖霊に祈る祭り（お盆）、手芸や芸能の上達を祈願する中国の乞巧奠（きこうでん 旧暦7月7日に行われた）の行事、これまた中国から伝来した仏教の盂蘭盆会（うらぼんえ）等が混ざり合って日本固有の行事になったといえます。

江戸時代になって、幕府が公的な行事・祝日として定めた五節供のひとつになり、ここから庶民の間にも広がっていききました。笹に飾りをし、五色の短冊に願いを込めるのです。なお、七夕は日本だけでなく、中国、台湾、韓国、ベトナムなども節供、節日の1つになっていますが、五色の短冊に願いを書き、笹竹に飾る風習は日本だけのようです。

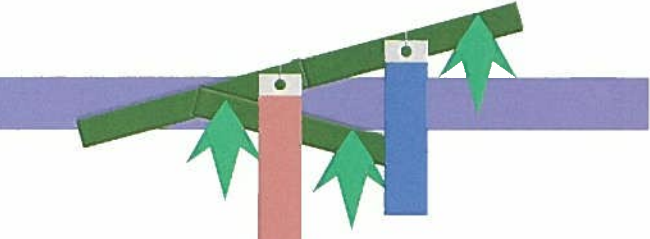
七夕祭りは観光風物詩？いや、地方は豊かな民俗をつたえています

ところで、七夕祭りというすぐ思い浮かぶのは毎年、手作りされる絢爛豪華な笹飾りで街中を飾る「仙台七夕まつり」。日本一を号し200万を越す人が訪れるそうです。ほかにも神奈川県平塚市の「湘南ひらつか七夕まつり」を始め、第2次大戦後の復興期以降、東日本から伝統的あるいは神事としての七夕に固執しない商業イベントというか観光風物詩としての「七夕まつり」が全国に広がりました。その反面、かつて宮廷や貴族・武家社会の行事から、民間に広がっていく過程で日本固有の民俗信仰や農耕儀礼などと習合し、いろいろな様式・性格を帯びた日本独自の七夕行事も数多く各地に伝承されています。そのいくつかをご紹介します。

長野県松本市周辺では、七夕に紙と木で作った男女1対の「七夕人形」を七夕前夜（松本の七夕は8月7日）風通しの良い軒下に吊るして飾り、風で厄を吹き飛ばしてもらうという厄払いを行います。縁側に星に捧げるお神酒やおやし、まんじゅう、旬の野菜・果物、ほうとうなどお供物が供えられます。その家に初子が生まれた時に健やかな成長を願い、親戚等から贈られることが多かったといい、江戸時代中期頃から始まりました。現在、こうした七夕人形を飾る風習は、ほかに兵庫県姫路市東部に残るのみといえます。

関東以北、埼玉、茨城、群馬、栃木、千葉など利根川流域（一部荒川流域も含め）、さらに新潟県や東北地方には、農村文化としてワラヤマコモ（イネ科の大形多年草）などを材料に、一對の馬や牛を作る「七夕馬」風習があります。お盆の祖霊を迎えるための乗り物といわれ、その種類の多彩さは千葉県が抜群です。7日の早朝には、子供たちがこの「七夕馬」を草刈りに連れて行ったり（千葉県・福島県）、門口に吊るしておいたり（新潟県）、あるいは庭を引きまわして遊ぶ（茨城県）といった行事があるといえます。

北海道にもかわった行事があります。「ローソクもらい」。ハロウィンによく似た習わしです。子供たちが浴衣姿で提灯を持ち、「ローソク出せよー」と唄いながら家々を回るもので、その実はお菓子をねだるものです。富良野市、函館や江差などの道南地方、



さらに札幌など、家々の密集する地域で顕著です。また、この「ローソクもらい唄」の歌詞がところによって異なり、これらは「ねぶた」の掛け声と共通していることも特徴といわれます。また、愛媛県今治市小島では七夕を「泳ぎ節供」ともいい、この日泳げば上手になるという伝承が今も残っているそうです。

私たちの祖先は、自然を崇敬し、自然と折り合い生きてきました。そこには、自分たちの力ではどうする事もできない自然（神）にたいする畏れがありました。昔からある年中行事は、それらに対するお願いと感謝を表すもの为中心であり、七夕も先祖に対する報恩や追善の「お盆」の先駆けとして、この範から外れません。しかし、平安の時代から現代まで、絶えず時代に合わせて変化してきたとはいえ、なぜ七夕が続いているのか、なぜ地方によっては特殊な風習が残っているのかなど、興味を持ってみると、そこには私たちが忘れてしまった「なにか」があるかもしれません。この夏、地方に出身かれることがあったら、是非、ところの七夕行事をお尋ねになるのも良いかも知れません。その土地だけに伝わるじつに多彩な独特の民俗行事が残っていますから。

七夕には「素麺」を食べる。「ほうとう」を食べる

「素麺」は今や夏の定番食。しかし、じつは室町の時代から七夕に食べる行事食の1つでした。現在でも、七夕を神事としているところでは、必ず出るものだといいます。（仙台でも食べるそうです）その原形は平安時代まで遡り、これまた中国の伝説に基づくものですが、素餅（さくべい）といい、小麦粉と米粉を混ぜたものに塩を入れ、縄のように振じったものでした。これを柔らかいうちに伸ばして細く切ったもの、これが素麺になったといえます。七夕と関係ない故事によるものですが、7月7日に食べるというところから七夕の定番食になったようです。理由は定かではありませんが、この時期は小麦の収穫期なので、その収穫に感謝する意と、素麺を織姫の紡ぐ織り糸に見立てるとか、天の川に擬えるとか、七夕伝説に絡ませたという説が多いようです。「ほうとう」は前に述べた松本市周辺の行事食の1つ。茹でた「ほうとう」を水で晒し、きな粉や小豆あん、胡麻等をかけたもので、季節の果物・野菜、まんじゅうなどお供えて食べます。いつ頃からこうした風習が始まったのか地元の博物館に聞いても文書の記録がなく定かではないといえます。もともと「ほうとう」は甲州の郷土料理であり、戦国時代このあたりは武田信玄の支配地でしたから、この頃かもしれません。

七夕さまは年に3度あります

新暦（グレゴリオ暦＝現行の暦で太陽暦）の7月7日、新暦の1カ月遅れ（8月7日）、旧暦（太陰太陽暦＝今年は8月13日）と3つの七夕があります。新暦では梅雨の真っ盛りで天の川を見るところか雨になる可能性が大です。一方旧暦は計算が複雑で、しかもは地方に定着しているお盆（8月15日）に重なります。したがって、ひと月遅れ（8月7日）が大勢です。因みに「湘南ひらつか七夕まつり」は7月7日、「仙台七夕まつり」は8月7日です。

天の川はいつ、見られるか

条件は2つ。晴れていること、漆黒であること、です。また周りが明るくては見えませんが、街中ではとてもムリ。国立天文台に聞いてみました。東京近辺では八ヶ岳、野辺山、清里、奥多摩の雲取山への起点である「三条の湯」という山小屋付近。また伊豆大島、三宅島、式根島など。

国立天文台では、2001年から「伝統的七夕」という天の川が見やすい日を定義しています。その内容は省きますが、要は梅雨明けで晴天率は高く、月は夜半前に沈み、その後は南北に流れる天の川がくっきり見える観察条件になる夜、というもので、今年は8月13日。ちょうど旧暦の七夕の日と重なります。しかしこの夜でも、明るいところじゃダメなんですがね。

天空を渡る天の川を隔てて輝く彦星（牽牛星＝わし座の1等星アルタイル）と織姫（織女星＝こと座の1等星ベガ）が年に一度逢うことを許された夜。伝説の情景を観たいものですね。

包装食品の心の中し No.35

文：金澤俊行(フーズコア顧問)

食品と容器のコラボレーション

1.はじめに

前号まで、安全な食品作りには、現場において生産管理、品質管理、衛生管理を工程ごとにまた全体的に、HACCPシステムを中心に推進し管理していくことによって得られるということを述べてきました。

今回からは視点を食品の開発にあて、食品の中身に容器がどの様にかかわりをもつのか、食品を包む容器とのコラボレーションについて独断と偏見で述べてみたいと思います。

容器メーカーは、いわゆる“容器屋”と食品メーカーから軽く取り扱われていた時がありました。これは中身が中心で包装容器は何か適当なもので包むという発想から来たものでした。食品、せっかく美味しいと思って作った良品を誰かに食べてもらいたいと何か手短な容器に包んで供給されたものですから、作りたては美味しいけれど、時間の経過とともにその美味しさが失われロスとなりました。美味しさの保存がきかなかったのです。家庭では、作りたてのものを食べる習慣から保存ということにはあまり注意を払わなかったのです。

最近のデパ地下では作りたてのホットなもの、あるいはシェフが目の前で調理するものにはお客さんが列を作るくらいに人気があります。このようなホットなものを家に持ち帰って食べたいという人に、包んで運搬するために容器が使われるようになりました。今は、食品を包む容器は食品には切っては切れないものになっています。当初、容器メーカーは容器を作れるようになって売り込む為にどうするかということに苦労したのだと思われます。容器メーカーは容器を使ってもらわないことにはどうにもならない。

私の経験ですが、魚肉ソーセージ・ハムは袋に充填するのですが、その袋はセロハン⇒ツルクロン⇒クレハロンという流れで変化しました。スライスハム、スライスベーコンなどスライスものの包材は無地のセロハン⇒ポリセロ⇒ポリエチレン⇒ポリプロピレン⇒ナイロンポリと変化し、その表示のために無地の袋の表側にラベルを貼るもの、印刷したヘッドラベルで閉じるということから、白黒の印刷したプラスチックフィルムものへと変化をし、さらにまた、印刷技術とプラスチックフィルムそれぞれ技術の進歩と共にカラー印刷したフィルムへと変化しました。この際、食品メーカー側が求めたことは食品を包んで保存性の効く容器はないかと調査しました。結果的にはフィルム業者、印刷業者、包装機械業者との接触の中で、容器メーカーは大手容器メーカーとの交渉になりました。ここに容器メーカーとの接点が出来たのです。

容器メーカーはマーケットの状況を調査して食品メーカーに行き、このようなものはどうでしょうかと見本を提示され、製造メーカー側との話し合いで試験してみましょうということとで試験する。この繰り返しが多く行われました。このとき、中身の方の製造側の開発者は困っている課題、例えば魚肉ソーセージ・ハム等の場合には…①保存性、②密着性、③通気性、④光の遮断性、両端の閉じ方(糸⇒アルミワイヤー)、⑤耐冷凍性、⑥シール性、⑦美味しさの保持などを提示し、改善を依頼します。容器メーカー側は、課題を受けて改良品を提示し、改善した試験品の結果を受け、更に改善を重ねるといった経緯がありました。現場にいるときはこれらのやり取りが品質の向上につながり、お客さまに対するサービスであり、楽しい仕事の一つでした。これらのやり取りは現在もさほど変化してないと思われます。

食品には容器の必然性があったのです。容器は食品の中身を消費者に橋渡しする道具です。その容器は進歩し、ファッションのように美粧性の優れたものに変化しています。これは、容器が従来の食卓への橋渡しという簡易性から食卓に乗る食器代わりになってきたのではないかとと思われます。ミールソリューション（MS）、ホーム・メール・リプレイスメント（HMR）という言葉がありました。生活環境の変化に伴い、食卓のテーブルに乗る器について、陶器と類似品が同時に使われる時代になったのです。

先月、東京ビッグサイトで中食・給食向け業者を対象にして開催された展示会「ファベックス」には出展されていた容器メーカーさんは色々な種類の容器を展示されていました。これら色とりどりの容器について、その位置付をどう見たらよいか。陳列されていた色々な種類の容器は、容器メーカー独自の発想から生まれたものか、それを使う立場の人の発想から生まれたものか。何れの見方もできるでしょう。MS、HMRについては若干見方についての変化はあるかもしれませんが、展示会の容器の陳列を見ると陶器に代わってもよいくらいの器に見える、弁当容器の変化は著しい、会場での陳列方法は八百屋の商売と変わらないなと思いました。

容器メーカーの座して待つという状況は過去の物になったのか。いやまだお客様の要望に合う容器をどの様に開発していくのか。食品と容器のコラボレーションについて数人が集まって推し進めたプロジェクトがあります。この内容について次号で検証してみたいと思います。