

風は怖い。

頬をすっとなでるさわやかで清々しい風、良いものだ。でも風はそればかりではない、台風だって、竜巻だって風である。台風は日本の夏の終わりの風物詩、怖いものだがそれでもなじみ深いものだ。竜巻、この言葉も子供の頃から知っている。もちろん日本人皆が知っているだろう。しかし、これを身近に感じたことがある人はどのくらいいるのだろうか。

私の子供の頃の竜巻のイメージといえば「オズの魔法使い」、または、校庭などで見かける小さくクルクルと巻く、可愛らしいつむじ風（その頃、つむじ風と竜巻の違いが分からなかった）ぐらいだった。

ところがどうだろうこの近年、身近なところで竜巻被害続出。今年の9月にも埼玉・千葉を襲った竜巻。テレビ映像を見てその脅威に唖然とした。こんなに身近に竜巻がおこるなんて思ってもいなかった。インタビューでは「空が暗くなってきたなーと思ったら、突然、車のボンネットが目の前に突き刺さった」とか「雨や風が急に酷くなってから竜巻がやってくるまでに5分もかからなかった」と話していた。

アメリカの竜巻映像をテレビの特番などで見ることがある。どこまでも平らで広い風景の中で人々が遠くを指差し「竜巻だー」などと言っている恐怖映像だ。彼らの指差す先には漏斗状の生き物みたいな黒い筋がクネクネと動いているのだ。あの映像からするとまだ何となく逃げられるような気がする。しかし、この起伏激しい地形の日本であるような状況、何十キロも先の竜巻が見える状況など有るのだろうか。

日本で竜巻のそれに気付けるとしたらたった数キ

ロ先に他ならないのではないだろうか。竜巻は40~60km/hのスピードで進むという。インタビューの通り、気付いて1~5分以内に竜巻に襲われるのも頷ける。

アメリカ在住者、竜巻発生率が高いところに住んでいる人のサイトを幾つか見てみた。基本的にスーパーや公共施設にはシェルターが有るようだ。

一般的にはトイレがそうらしいのだが。これは構造が竜巻用に強靱に造られているのか、はたまたもととも鉄筋の建物なのでその中でもより安全なところということなのか分からないが、きちんと「TORNADO SHELTER」と表示されているらしい。ハイウェイなどはパーキングエリアがシェルターになっているというものもあった。さすがに竜巻大国である。どのサイトでも共通して警告していることは 1) しっかりした建物へ逃げる 2) 窓やドア、外壁から遠く、柱がたくさん有る場所（トイレやバス：バスタブの方がより良）で身を低くする 3) 窓、雨戸、カーテンなど閉められる物は全て閉める 4) 車にいる場合は直ぐに近くの建物へ避難する、などだ。

竜巻は台風のように注意報や警報が難しいという、それは台風に比べ直径が非常に小さくレーダーで検出しづらいためらしい。ということは警報と実態がほぼ同時という可能性が高いということだろう。そして一度遭遇するとその被害はかなり甚大だ。

地震大国日本、台風銀座日本、何かと自然災害が身近な日本だがこれまで以上に災害に対する準備、心得など考えていかなければと思う今日この頃です。

ギンポーパック通信



ジーズ
Vol.67

gs message

パッケージの仕事!??って?

早速ですがなぜなのでしょう。

料理+物流+パッケージ=はて何でしょうか???

答えは「食品」。

それらを作るところと提供される場所、消費される場所に時間的、地理的な違いがある食べ物のことを「食品」と言います（私が勝手に決めつけているだけで、広辞苑でのそれは「人が日常的に食物として摂取する物の総称」とあります）。

だから、レストランで運ばれてくる数々のお皿や、台所から漂うカレーの香り。それらは食品とは決して言いません。それらは「料理」です。

料理を食品へと変化させること。それこそがパッケージの仕事です（これも勝手に申していますが…）。

多くの食品で溢れているスーパーやコンビニエンスストア。毎週のように新商品が棚に並びます。全ては初めて見る食品ばかり。勿論食べた事はないし味も分からない。

「買ってください。食べてください。美味しいですよ」とお客に語りかけるのはパッケージにしかできない仕事。甘いか、辛いのか、しょっぱいか? 味を連想させるのもパッケージの仕事。中身を美味しくそのままに保つ仕事だって勿論パッケージのもの。地味で決して目立たないパッケージですが、なかなかの大仕事をしています。

そしてお役に立った後は、ゴミとして捨てられてしまい、「環境に悪影響だ!」などと陰口をたたかれてしまう事も。

環境問題は真摯に取り組むテーマですが、当たり前のようにきっちりこなしている仕事にも、少しはやりを向けてみてはいかがでしょうか? 思うことしばしばです。

…いや…そうじゃない。

このまま地味なままで、密かにずうっと長く生き続けたほうがいい。

本物の仕事ってというのは、存在を誇張せず決して目立たず、誰もが気に留めたりはしないもの。それでいて常に自分を強く律し、お役目をきっちり自覚している。あって当然の美味しい空気や水。それらと同じくらい「当たり前」に溶け込んでしまいたい。

まだまだ仕事は山ほどです。

がんばろう!日本。



季(とき)を彩る一年中行事を尋ねて(5：特別編)一

十月	お伊勢さんの式年遷宮 (ひきねんせんぐら)
----	-----------------------

「まほろばの国」。ご存知のように倭(大和)は最も優れた国という古語です。では、「うまし国」(美し国 可憐し国)はいかがでしょうか。これは伊勢の古語。山や海など自然に恵まれた豊穡の国という意味で、いずれも「古事記」「日本書紀」に見える地名です。この「うまし国」が今、おおいに盛り上がっています。伊勢神宮の「式年遷宮」。俗に言えば「お伊勢さんのお引越し」です。年中行事ではありませんが、この10月2日(内宮)と5日(外宮)の夜、全ての明かりが消された清浄な闇の中、遷宮のメインイベントである御神体を新殿にお遷しする「遷御(せんぎょ)」が行われました。約1300年の歴史をもつ20年に一度の大祭事ですので、今回採り上げることにしました。

伊勢神宮とは

伊勢神宮という名はじつは通称で、正式には「神宮」。昔も今も皇室の氏神様です。志摩半島の北東部、現在の三重県伊勢市にあり、日本民族の総氏神といわれる天照大神を祀る皇大神宮(こうたいじんぐう)を「内宮」、五穀豊穡の神・豊受大神宮(とようけだいにじんぐう)を「外宮」と呼ぶ二つの御正宮(ごしょうぐう)を中心に、現在は主祭神ゆかりの神々の鎮座する別宮、摂社、末社などをあわせた125の神社から構成されています。その神域と宮域林の面積は約5500ヘクタールに及び、東京都世田谷区とほぼ同じという広大さです。

さて、ではいつ頃創建されたのか。「日本書紀」によれば、紀元前5年に遡るといいます。まさに「神代の時代」。皇室の氏神としての地位を確立したのは天武天皇(?～686)の頃で、続いて女帝の持統天皇が即位すると、この式年遷宮がスタートしました。

新しい神殿、新しい御装束・神宝

式年遷宮とは、一定期間ごとに社殿を建て替え、神霊を旧社殿から新社殿に遷す儀式のこと。伊勢神宮では20年に一度、今建っている社殿に隣接した敷地に、新しい社殿をこれまでと全く同じ建築様式、配置で建て替える祭事です。建て替えられるのは内宮・外宮の社殿だけでなく、14の別宮の社殿なども全て建て替えられます。正殿は「唯一神明造(ゆいいつしんめいづくり)」という我が国最古の建築様式で、その姿は古代の高床式(たかゆかしき)の穀物倉に由来するといひ、特徴は総檜の素木(しらき)造に丸柱の掘立式、屋根は葺き木の切妻造、棟の両端を直接支える棟持柱(むなもちばしら)があり、棟の上に鰹木(かつおぎ)という円筒形の本が並べられています。直線的なラインが美しいシンプルですが荘厳さを見せる造りです。

またこの際、建造物のほかに、御装束といわれる衣服・服飾品等を含め、神座・殿内を飾る品や遷御の儀式に使われる様々な品525種、1085点。神宝(神々の御用に供する調度品)は糸を紡ぐ紡績具・武器・馬具・楽器・太刀・香炉や日用品など189種、491点。附属品を合わせて約800種、1600点余も古式のままだに新調されます。

この式年遷宮が制度化されたのは約1300年前。持統天皇4年(690)のこととされています。戦国時代に120年以上中断されたり、延期されたりしたことはあったものの、その伝統はう

けつがれて、今年62回目を迎えました。

なぜ20年か

持統天皇によって制度化された遷宮が20年に一度と定められた理由には諸説がありますが、確たる記録がないため正確なところはわかりません。しかし中でも大きな理由のひとつとされているのは技術の継承です。宮大工・神宝制作者などの特殊技法を次代に伝えるのに20年は最適な年数。それは「神宮は常に若々しくあらねばならない」という神道における「常若(とこわか)」の精神にも合致するものだから、というわけです。この伝承により、奈良の正倉院に収められている約1300年前の刀剣などの宝物と、ほぼ同じものが造り上げられているといひます。

ある建築の専門家はこういいます。「建築を実際に担う大工は、10代～20代は見習いと下働き。30代～40代で中堅から棟梁となり、50代以上は後見役となる。このため、20年に一度の遷宮であれば、少なくとも2度は携わることができ、技術の伝承を行うことができる」

伝承される匠の技術

遷宮に係わる匠達を選び、東ねるのは神宮司庁。かつては内務省の所管でしたが、昭和26(1951)年以降、一宗教法人として伊勢神宮の運営・管理に当たっています。

建造物関係はすべて外宮に隣接する「山田工作所」と「宇治工作所」で加工されます。ここは甲子園グラウンドの約6倍を超える広さで、場内には木場・製材所・加工所・乾燥倉庫、そして葺き木の葺を乾燥保存する棟など大きな木造建築が何棟も立ち並ぶ神社建築の大工場団地です。神社司庁に選ばれた匠達は、ここで伝統技術を継承・伝承しているのです。現在、約60名の宮大工を含め、20歳から60歳の人たち約160名が働いているそうです。式年遷宮が終わると匠達は解散します。何人かは次の式年遷宮に向けて準備を始め、また何人かは伊勢市内の古い神社の修復工事に入っていきます。各地に離れた匠達は次の遷宮が目の当たりになれば、かならず戻ってくるといひます。

また、御装束や神宝の制作者はいずれも当代最高の美術工芸家揃いで、人間国宝の方も参加されているといひますが、それがどなたか等は教えてもらえませんでした。

古材はリサイクル

今回の式年遷宮の予算は570億円。伊勢神宮はそれを自己資金と全国からの寄付で賄っているとはいへ、20年後にはそれだけかけて全とっ替えはもったいないと貧乏人は思うのですが、じつはリサイクルにもすぐれた仕組みを作っています。遷宮で解体された古材は神宮の宇治橋の鳥居に生まれ変わったり、由緒深い全国約170の神社の御用材として再利用されているそうです。たとえば平成5(1993)年の古材は阪神淡路大震災(平成7(1995)年)で被災した神社の再建に利用されるなど、有効に用いられています。

今年、伊勢神宮の参拝者は8月末で約835万人。過去最高だった2010年の883万人をこえるのは確実で、1000万の大台に迫る勢いです。新社殿と旧社殿が並び立つのはこの遷宮年だけ。できれば出掛けてみたいものです。

(参考資料：図説 伊勢神宮 松平兼昌 伊勢神宮を造った匠たち 浜島一成他)

食品と容器のコラボレーション

3.食品開発のキーとなる包装

食品は包装することによってメーカーと消費者を結びつける。

食品メーカー ⇒ 中身 ⇒ 包装 ⇒ 小売店 ⇒ 消費者

小売店の店頭では生鮮品コーナーと加工品コーナーが分けられ販売されている。消費者が店内に入り先ず目にする食品は、生鮮品コーナーで陳列されている青果物・果実・水産品、食肉類の裸品がそのまま、または個食用に簡易包装したものであり、次いで加工品コーナーでは、調味料類、菓子類、冷凍食品、惣菜品、乳製品、酒類、飲料水など色彩豊かにデザインで美粧化し、ネーミングされた包材で個性化され、業態分野別に陳列されている種々の食品である。それぞれの食品が「私は○○ですよ」と消費者に懸命にささやきかけているように見える。これら陳列された食品は、安全なものであり、信頼できるものであり、消費者が安心して求められるものである。その陳列品には野菜、魚、肉など生鮮品は品物そのものであり、外観でわかりやすいが、加工品には中身がわからないものが多い。中身が何かをわかりやすく教えてくれるのが包装にデザインされている表示である。メーカーが食品を消費者に訴求する全てを包装に担わせているのである。

モノを作る技術については、メーカーの技術者は得意である。消費者の目の前で職人が作った食品は、その場で食する分には問題はないが、それを持ち帰って食べるということになると、何かに包むということが必要になる。持ち帰りバックが生まれる。モノを作る事は作ったが包装はどうするかという動きになる。中小の食品メーカーでも同じような事が見受けられる。

このように最終製品になるまでには包装技術が必要なのである。技術者は作る事には優れているが消費者に伝える技術には疎いのである。

従って、食品の開発に当たっては、技術者を中心に消費者の動向や消費者に訴求する包装技術を知る事が必要である。食品開発には包装がキーとなる。

そこで、改めて包装技術について確認作業をする。

3-1.包装の役割

食品は中身と包装で構成されている。

①包装は、中身を包む包材、中身を入れる容器が必要であり、

それらによって、中身を安定した状態で保護をする。

②包装は、中身を一定の単位、形状で構成させる力を持つ

ている。そして包装食品は取り扱いやすく、陳列しやすく、収納しやすい。

③包装は、中身が何か(名称)、量はいくらか(内容量)、何時まで持つのか(期限表示)、どこが作ったのか(製造者名)、アレルギー物質はどうか(アレルギー名)、どう食べるのか(召し上がり方)などを消費者に明示する表示義務を持っている。

④包装は、中身の保存技術を持っている。

各分野の食品の中身に応じた種々のフィルム、様々な形状の容器などの包材技術の開発により、変質しやすい中身の保存ができるようになっている。包装は、店頭で消費者に訴求するために中身のコンセプトに相応しい美化粧をし、中身の訴求点をアピールし、消費者の購買心をとらえることができる。

⑤包装は、中身は移動しやすい状態にする。

小単位で包装された中身は消費者の求めに応じて移動することが出来る。

⑥包装は、中身の安全性を保証している。

HACCP手法で作られた安全な中身を安全な包材で包み、二次汚染防止、害虫の侵入防止、香りの逸散防止、第三者によるテロ防止などの役割をしている。

⑦包装は、消費者に信頼感を与える。

⑧包装は、調理・料理にそのまま使える小道具となる利便性を持っている。

容器は容器以外に調理器具あるいは食器として使われる。

⑨包装は、食品機械、調理器具の進化によって、食品の中身を変化させ、消費者の趣向に沿ったものを生み出す力を持っている。

包装は以上のような役割を持っている。

それでは、包装食品の魅力は何によって決まるのか。その魅力には中身の美味しさと共に上記のような包装の役割が多いに寄与している。包装食品に光を与えるのは、食品の中身と消費者を結びつける作業に関連する人々の力量如何による。その中で包装は食品の総合的な価値観を消費者に訴求する手段となる。

従って、食品開発にあたっては開発企画推進者、営業担当者、技術者、包装担当者、外部の関係者などがプロジェクトを組んで取り組むことが得策である。このプロジェクトには外部関係者と手を組むことを進める。内部の人だけでは360度の頭の回転はできない。