

GSway

ともに歩み、ともに進む

1
JUNE 2017

創刊号

03 | 特集

来たるべきIFMの時代を見据えその先を照らすGSとなる——



02 | 『GS way』創刊によせて グローブシップ株式会社 代表取締役社長 矢口敏和

07 | 技術・品質マイスターへの道①

08 | 「グローブシップウェイ (GS WAY)」を策定しました

10 | NEWS&TOPICS

12 | 日本史の中のスーパーフード

 GLOBESHIP



『GS way』創刊によせて

代表取締役社長 矢口敏和

平素より、グローブシップをご利用くださいますこと、謹んで御礼申し上げます。

私どもグローブシップ株式会社は、日本のビルメンテナンス業の黎明期である1950年代に創業し、業界を牽引してきた「ビル代行」と「日本ビルサービス」の2社を統合して2015年4月に誕生、今年で丸2年を経過し3年目に入りました。

私どもは、そのスタート時に自分たちが目指すべき理想の姿を明確にするために、ミッション、ビジョン、バリューを策定いたしました。そのうえで、その実現、とりわけお客様のお役に立つために何ができるか考え続けました。そして、私どもが出した答えは、お客様の「戦略FMパートナー」に生まれ変わることです。お客様の経営資産である事業用不動産に新たな価値を生み出すべく、より高度なファシリティマネジメントの最適ソリューションを提供し続けることを決意し、この4月から全社で共有しております。

一方で、生まれ変わるからには、これまでと同じことを繰り返すだけではなく、お客様に対して弊社の目指す姿を分かりやすく発信していくことも不可欠であると強く感じております。

そこで、ファシリティマネジメントに関する有益な情報を提供すべく『GS way』を創刊、定期的に発行することといたしました。

弊社サービスについての紹介のほか、日頃の業務内容や取り組み、業界に関わる旬な情報をお届けするなかで私どもが大切にしている思いをお伝えできればと願っています。誌面を通じてグローブシップをより身近に感じていただき、アウトソーシングのプロ集団として私どもをもっとご活用いただければと存じます。

担当者一人ひとり、プロフェッショナルとしての意識向上と専門性の強化についても見直し、この春から、新しい約束「GLOBESHIP WAY*」を行動規範として掲げ、業務のなかで実践しております。

行動規範と同じ名称とした『GS way』では、こうした私どもの企業活動を積極的に発信してまいりますので、どうぞご期待ください。

社会の変化に柔軟に対応しながら、お客様から安心してお任せいただける「戦略FMパートナー」として、役員・社員一同精一杯努力してまいります。どうぞよろしくご依頼申し上げます。

「戦略FMパートナー」として
最適ソリューションを提案します

*：GLOBESHIP WAY ▶詳しくは、p8をご参照ください。

グローブシップ(GS)は新たな変革の時期を迎えています。この4月からは、永きに渡り事業の軸としてきた「ビルメンテナンス業」に加えて、施設・資産の統括的な活用を推進する「ファシリティマネジメント業」を視野に置き、GSグループ全体で取り組みを始めました。そこで、創刊号に寄せて営業部門の中核を担う役員3名がGSの目指すファシリティマネジメント(FM)、その先の総合施設管理(IFM / Integrated Facility Management)のあり方を語ります。

自社の強みを整理 選び続けていただける 企業へ

神部 ビルメンテナンス業界は、そもそも価格競争になりやすい体質です。しかし、価格重視のみでは企業として疲弊するだけでなく、やがて技術やサービスの品質低下にもつながりかねません。この現状を打破し、今後も当社を選び続けていただけるように、生まれ変わる必要があります。

では、こうしたことを実現する

これからのファシリティマネジメントのあり方 来たるべきIFMの時代を見据え その先を照らすGSとなる

には何をすれば良いのか。私どもでは、会社の進むべき道として「戦略FMパートナーのグローブシップ」を掲げました。この背景には、

伊藤克己

専務取締役(営業本部長)

枝川裕一郎

常務取締役(グローブシップ・ソテクス・コーポレートサービス株式会社 社長兼務)

神部達郎

常務取締役(営業副本部長 兼 東日本事業部長)

これからの施設管理のあり方を見通した時、「ファシリティマネジメント(FM)」が主流になっていくと判断したことが理由となっています。

さらに具現化するために必要な要素を階層化し、それらを当社の「ブランド」として育てていくことに決めました。この4月から現場レベルで実践が始まっていますが、この試みを通していわゆる取り替え可能な業者、コモディティ化からの脱却を図っていきます。

伊藤 そのためには、全ての階層





専務取締役 伊藤克己

に関わる人間が思いを共有していなければいけません。従って採用・育成・配置など人事戦略が重要なポイントとなります。

最終的には一人ひとりが「私がグローブシップです」と胸を張って言えるようにしたい。その第一歩として、我々が目指す考え方や行動を具体的に「GS WAY」という形に落とし込み、共有を始めました (p8 参照)。

同時に鍵となるのは、当社のサービスを支えてくれている協力を

社の存在です。私たちは「協力パートナー」と呼んでいます。そちらのスタッフとも思いを共有し、各社の強みをGSグループの強みとしてお客様にお届けしていくこととなります。

神部 GSグループの中で、特に際立った存在がGSS (グローブシップ・ソデクソ・コーポレートサービス株式会社) です。

GSSは仏ソデクソ社*との合併会社で、同社は既に先進的な考え方のもと、IFM業務を世界的なレベルで展開しているグローバル企業です。

他にもグループ企業の中には日東カストディアル・サービスなど価格競争力や専門性等の面で優位性の高い企業がありますので、総合力を活かしてお客様への提案や課題解決を行って参ります。

枝川 私がGSSの社長も兼務していますが、ソデクソ社とは、同社が私どもの日本国内での展開力と技術力やサービス力を評価した結果、提携の運びとなりました。

ステージ別に見る FMの進化と 商業モデルの進化

伊藤 「FM」という言葉は一般的に理解しにくい部分もあります。

枝川 FMについては先達のソデクソ社から、体系的に整理できているノウハウを学び、実践していると考えています。同社ではFMの進化を段階的に捉え、4つに分けています (図2)。戦後間もなくは、企業の清掃・設備管理・



常務取締役 枝川裕一郎

図1：グローブシップブランドの体系図

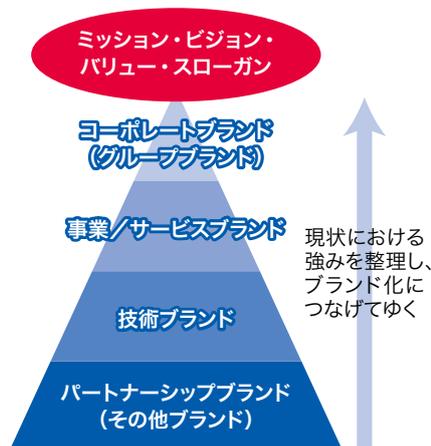
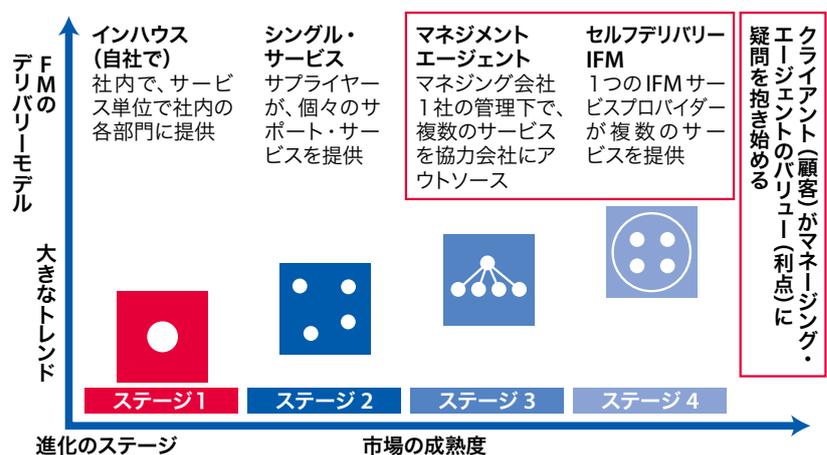


図2：ファシリティマネジメント (FM) の進化 (ソデクソ社資料より)



警備・受付業務などは、全て自社で行ってきた時代がありました。ところが、サポート・サービスという業態の登場により、ステージ2を迎えます。自分達で抱えてきたものを、少しずつアウトソーシングするようになったのです。

伊藤 企業側としてはコスト的な問題が何より大きかったようです。

枝川 現在ではアウトソーシングがほぼ標準である清掃・設備管理・警備・受付業務等も、昔は全て直接雇用でしたので、人件費もかさんでいました。そこでステージ2に移行したところ、今度は徐々に個々の業者の管理に手間がかかることに気が出しました。すると、アウトソーシング業務を一括して引き受ける業者が現れた。これが「マネジメントエージェント」です。

ステージ3では、そのエージェントが業務ごとに個別の会社にアウトソーシングする形を取っています。しかし、お客様からみると、エージェントが個別発注することで各業者側のコストが発生すると

ともに、個別管理するがゆえの個々のマネジメント・フィー分のコストをエージェントに支払うことにもなります。

この点を解決するべく現れたのが、ステージ4です。現在、世界を代表するFM会社は4、5社あり、ソテックス社はステージ4のサービスを行う企業です。ステージ3との違いは、ステージ4も業務を一括受注しますが、原則的に受注した会社が自社でサービスを提供することです。これによりコストの圧縮が可能となります(図3)。

そのうえ、ステージ4のIFMでは、同じ会社が提供することで各現場を通じて均質なクオリティのサービスを受けることができます。

神部 余計なコストを下げることはお客様にとってメリットですし、受注側も全てのサービスを自社スタッフが行うことで、お客様との関係性が密になり、お役立ちの幅を広げるチャンスがあります。当社の目指すIFMはここにあります。

枝川 IFMへの需要は世界的な潮

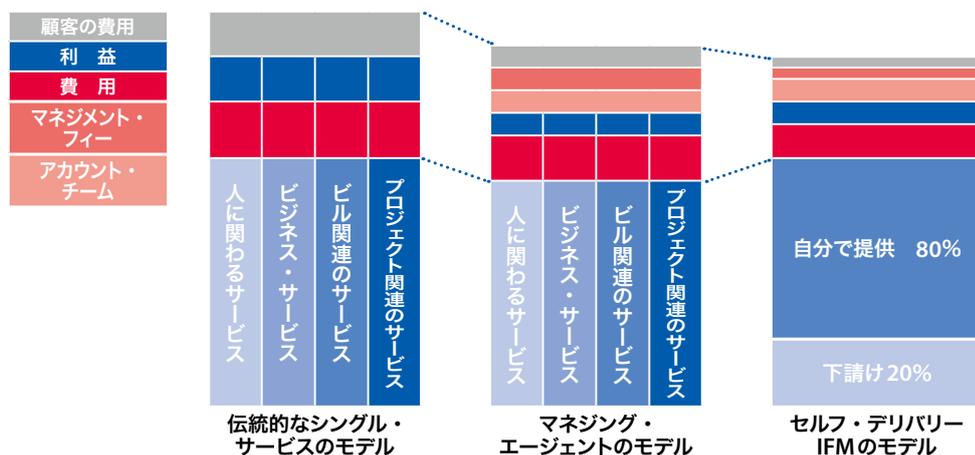


常務取締役 神部達郎

流となりつつあります。国という単位ではなくグローバルな規模でFMを進めていく流れの中で、注目度が高まっているのです。もちろん、世界市場に打って出ようとする国内企業においても、設備・資産管理が非効率なままでは海外企業との勝負が難しくなります。そうした流れとしてIFMの需要が増えるのは明らかです。これは私どもにとって大きなビジネスチャンスとなります。

伊藤 IFMに切り替えた方が、お

図3：IFMへの移行と商業モデルの進化(ソテックス社資料より)



*：仏ソテックス社▶世界80カ国、32,000サイトでオフィス・学校・病院・工場等の施設管理サービス、福利厚生サービス、個人在宅サービスを柱に事業展開しているグローバル企業。従業員数42万人。

お客様にとってもコスト・品質的により良い提案ができると考えられます。

枝川 ソテクス社では過去10数年間、利益ベースで2ケタ成長を続けています。これは世界がIFMの潮流にあること、またお客様がメリットを感じていることを端的に示した結果だと認識しています。

神部 もっとも、私どもは「FM会社に生まれ変わった」とはまだ言い切れません。多くのお客様から、多くのご要望があり現場レベルでは個別に柔軟に対応してきました。しかし、きめ細やかで多様な対応をしてきたにも関わらず、ご紹介しきれていない面もありました。そのため、GSとしてご提供ご提案できる商品・サービスの体系化、メニュー化を急ピッチで進めているところです。

枝川 これまでは、まずお客様からのご要望を間違いなくやり遂げるのが第一でした。一方、我々の目指す「戦略FM」では、ご要望にお応えしたうえでお客さまの状況を理解して、ソリューション提案につなげることが重要となります。今後はそういう視点を含めて人材育成のあり方から見直していきます。

伊藤 業界を問わず人手不足は深刻です。お客様も中核事業に特化して、可能な部分はアウトソーシングを、というケースが多くなっています。これは当社の今後の目指す方向が社会の需要とも合致している証左ではないかと思います。

さらに言うと、私どもの強みは、お客様の事業所に担当者が常駐していることです。日常的にお客様の状態を把握し、顕在化していないニーズまで取り込むことが可能です。視野を広げて業務の裾野を広げ、信頼いただける「戦略FMパートナー」になっていきたいです。

神部 変革に向けて、意識・知識・技術・行動レベルが異なる多様な人材が必要となります。そのための人材を採用し、育成しなければいけません。当社に寄せられる期待を先取りし、そこにお客様のご期待以上となる技術やサービスでお応えできるよう、会社の内側からは、働く人のより良い環境づくりについても優先して進めます。

伊藤 目指す姿になるためには、グループ会社、協力パートナーが一丸となって同じベクトルに向かう環境整備も重要な項目だと思っています。

神部 「戦略FMパートナー」を目指して、既存のお客様の声にもこれまで以上にお応えして参ります。

今後、FMを導入される時には、我々がしっかりご提案して、パートナーとして一体となって進めさせていただきたいと思います。

伊藤 お客様にとって「コスト削減」は、判断のうえの最重要項目だと思います。しかし、これをFMの統括的な視点から見ると、見えないリスクの先延ばしにつながることもあります。当社ではそうしたリスクも織り込み、ご説明していくことで、お客様が中長期的にメリットを得られるようなご提案をしていきたいと考えています。

神部 現場の担当者が、全てのお客様に対して、良いタイミングで最適なご提案ができるようになるには、まだまだ注力していくことがたくさんあります。

伊藤 まず注力すべきは、会社内の意識改革です。“仏作って魂入れず”では意味がありませんから。皆の意識を変え、全階層で思いを共有していくことが大切です。変わりゆくGSにご期待いただきたいと思います。



汚れ落としは、身近なものから

使い勝手の良い重曹とクエン酸

安全品質推進部
清掃品質課課長
鈴木 悟



暮らしの汚れに役立つ「炭酸水素ナトリウム (NaHCO₃)」の話をいたします。聞きなれないかもしれませんが、「重曹」といえば、ご存じではないでしょうか。

この重曹、水回りのいろいろな汚れ落としに効果があります。例えば、食器に食べ物がこびりつき、洗ったつもりでも取れていないときには再度水に浸すか、洗剤とスポンジでこすらなければいけません。しかし、界面活性剤入りの中性洗剤は残留すると、健康面への影響も心配ですし、特に皮膚が敏感な人は手湿疹の遠因にもなります。

そこで重曹の登場です。汚れの残った食器に重曹を少々振りかけて、水をつけた指で直接こすってみてください。こびりついた汚れが取れます。正確には、かき取れます。あとは水で軽く洗い流せば良いのです。重曹は残留しても人体への影響は低く、クレンザーに使われる研磨剤よりもはるかに柔らかいため、陶器だけでなくデリケートなメッキ部分にも使えます。

茶渋がついた湯呑やコーヒーカップは、台所用のスポンジだけでは取れません。しかし、研磨剤が入ったタイプのスポンジを利用すると、陶器でも簡単

2013年「ビルクリーニング科」(技能士コース)教科書を執筆。2016年厚生労働大臣感謝状(職業能力開発関係)受賞。現在、全国ビルメンテナンス協会専任講師・検定委員兼務。



に表面が削れてしまう場合があります。研磨剤入りスポンジは使わずに重曹を振りかけてこすると、茶渋は簡単に取れます。漂白剤や強い研磨剤は必要ありません。

一般的なご家庭用の掃除の手引書には、「重曹はアルカリ性、クエン酸は酸性で、それぞれ汚れを取ることができる」とありますが、重曹を使った汚れ落としは、アルカリ性の成分特性を活かすというより「柔らかめの研磨剤」として威力を発揮しているようです。

重曹のもう1つの使い方は、クエン酸と混ぜて使う方法です。両者を混ぜても炭酸ガスの泡が発生するだけです。安心して使うことができます。

実は、重曹とクエン酸を混ぜ、少量の水を加えて団子状にしておくと入浴剤として使えます。市販の入浴剤と同じ原理で、浴槽に入れると炭酸ガス成分が湯に溶け込み、身体を温める効果があるようです。

汚れと洗剤の相性は家庭でも業務でも同じです。アルカリ性の強い洗剤は油分に効き、クエン酸は水垢や石けんカスに、ガラスにこびりついた水垢は固い研磨剤を使います^{*}。何にでも強い成分の薬剤を使うのではなく、身近なもので手軽に汚れを落とすことができればこれに越したことはありません。また、どんな汚れも落とせる「万能の洗剤」はありません。適材適所へ適量を使うことが環境への配慮にもなります。

ご家庭での水回りの汚れ落としには、まず水拭き、次に中性洗剤、そして重曹・クエン酸の順にお試してください。重曹は塩コショウ等の容器に入れ、振りかけて使うと便利です。

^{*}市販の「人工ダイヤモンドを特殊加工した研磨剤」(商品名/ダイヤモンドパッドなど)を使うと、ガラスに付着した硬い水垢も取れます。

「グローブシップウェイ(GS WAY)」



この4月にグローブシップグループ全社員が業務を遂行していくうえで
遵守すべき「グローブシップウェイ(GS WAY)」を策定。

その解説・事例集を冊子として配布し、全社一丸で取り組みを始めました。

今回は、その取り組みの意図、私たちの思いについて、

当社常務取締役でGS WAY専門委員会委員長を務める神部達郎がご説明いたします。

私たちグローブシップ株式会社(以下、GS)は、2015年4月に株式会社ビル代行と日本ビルサービス株式会社が統合し、新会社としてスタートいたしました。以来、お客様にご提供できる新たな価値創造を目指し、会社の基本方針としてのミッション(企業理念)、ビジョン(中長期的目標)、バリュー(価値基準)を掲げ、その浸透に取り組んでまいりました。今般、私たちは「戦略FMパートナーのグローブシップ」をキャッチコピーとしてブランド戦略に着手いたしました。

「戦略FMパートナーのグローブシップ」を実現するため、商品・サービスや技術の向上に努めてまいりますが、当社の存在価値は、お客様が求められること、期待されていることに付加価値を加え、ご提供することが大前提です。

そして、そのサービスを皆様にご提供しているのは、私どもの一人ひとりの社員であり、グループ会社・協

力パートナーを含めた社員一人ひとりが意識・知識・技術・行動といった個人の資質を高める必要があります。そのために「正しい考え方、行動基準を定め、皆で意識・行動改革を行っていこう」という想いのもと、この4月に策定したのが「グローブシップウェイ(GS WAY)」です。GS WAYは、お客様に向けて社員一人ひとりがどのように行動して行くかをまとめたものです。

サービス向上のために関連しあった16項目

私どもが業務を行う上で、マニュアルがあり、そのマニュアルは私どものノウハウが詰まった大切なものです。ただそれだけではお客様にご満足いただけるサービスは実現できません。マニュアルの元となる考え方、そして書かれていることの本質的な理解があって、初めて生きたサービスになると考えます。

その理解を深める意味も含め、GS WAYは2年前の



を策定しました

行動規範 1 お客様に対する姿勢	誠実を重んじ品格ある行動	GS WAY 01	グローブシップの誇り
		GS WAY 02	当事者意識
	プロフェッショナルなサービスの提供	GS WAY 03	顧客本位の提案
		GS WAY 04	約束遵守
		GS WAY 05	サービス品質
	品質・安全の追求と信頼構築	GS WAY 06	安全
		GS WAY 07	協力パートナー
行動規範 2 社会に対する責任	法令等の遵守と高い倫理観	GS WAY 08	ルール遵守
		GS WAY 09	情報管理
	環境にやさしい行動	GS WAY 10	環境配慮
	社会への貢献	GS WAY 11	快適空間の創造
行動規範 3 職場における心構え	創意工夫で挑戦し革新を起こす職場と自己実現	GS WAY 12	チャレンジと自己実現
	人格の尊重とチームワークの発揮	GS WAY 13	仲間との協働
		GS WAY 14	良好なコミュニケーション
	信頼と思いやりのある働きやすい職場	GS WAY 15	多様性の尊重
		GS WAY 16	NO ハラスメント

スタート時に定めた行動規範に紐付いた16項目から成り立っています。これにそれぞれ、項目をつくった意味、理念、そしてそれぞれの業務に具体的に落とし込んだ解説をつけ、冊子として全社員に配布しました。

例えばGS WAY 05では「サービス品質」ということを掲げています。高い「サービス品質」を実現しようとすると、「業務の品質」「人の品質」「組織の品質」を高める必要があります。一人ひとりが品質へのこだわりを持った考え方や行動をし、それをチームとして機能させる際には、良好なコミュニケーションや仲間との協働・当事者意識が必須となります。そこで実現した「高い品質」は自分たちの「誇り」であり、同僚に対する「誇り」であり、グローブシップの「誇り」となります。

つまりGS WAYのうち、ひとつの項目を実現しようとすると、他全ての項目も関連しており、ひとつの項目を実現することは、他の項目も実現することになります。GS WAYはそのような関連する考え方でできています。

GS WAYが達成され、それが職場風土となれば、堅固で安定した職場ができますし、新しい人が組織に入って来た場合も、その風土を持続することができます。

「サービス品質」を属人的なものとしてお客様に提供している限りは、本当の意味での「高いサービス品質、持続的なサービス品質」は提供できません。

他の項目も同様で、さらにそれぞれの項目が関連しあい、お客様に提供するサービスの継続的なより一層の質の安定と向上につながることを目指しています。

個々人だけでなく組織としても取り組みます

GS WAYの実行に当たっては、社員個々人が努力・行動していくのと同時に、組織的に問題の予防や改善に対応できるような仕組みをつくっています。個人が正しく行動するためには、組織が正しくあり続けなければなりません。

GS WAYの浸透には現場のチームや支店、本社各部署といった集団としても取り組んで参ります。各部署のメンバーで構成された「GS WAY 専門委員会」のもと各部、支店、出張所単位でGS WAYの浸透を推進して行きます。また人事考課、表彰制度、自主監査制度にもその取り組みを反映させることにしました。

私どもの現在のミッションは、GS WAYを1年でグループ各社を含め全社に定着させることです。ご指導・ご鞭撻を賜れば幸甚に存じます。

1 現場での工夫、切磋琢磨。全国から取り組み事例が集結 第2回「魅せる業務行動全国コンテスト」開催

弊社では、2016年から全社的な取り組みで「意識改革運動」を推進しています。この運動の一環として、社内では「魅せる業務行動5原則」を掲げ、各サービスの現場でどのように浸透されているのかを共有する場として、「第2回魅せる業務行動全国コンテスト」が17年2月22日、本社にて開催されました。

開会にともない、社長の矢口からは「ぜひ、発表内容を自分の部・支店に持ち帰って、活用してもらいたい」との話がありました。

コンテストでは、予め現場での工夫やアイデアが全国11支店7営業部から寄せられ、品質向上委員会及び安全品質推進部にて書類選考が行われました。その結果、特に際立った取り組みが実践されていた4支店4営業部が集結した形となりました。

見事、金賞を取めたのは大阪支店。昨年度に続いて

の二連覇となりました。

お客様先となる出張所は「サントリービール株式会社京都ビール工場」です。ユーティリティ供給・排水処理設備の運転保守管理が主な業務内容となっているため、24時間365日体制で15名がサービスを切れ目なくお届けしています。発表では、業務行動5原則の実施報告だけでなく自主保全活動などの非定常業務の紹介も加え、入社年数や経験値に違いがあっても確実にいける管理方法や、指差呼称などの活用方法が紹介されました。いずれも最初の受託から約20年を迎える業務を通じて培われてきたノウハウばかりです。参加者一同、これを形式知として共有しました。

閉会の辞では、常務の神部から「この大会を契機に改めて“魅せる業務行動5原則”の重要性を認識し、取り組んでもらいたい」との激励がありました。



2 強い絆で、安全・品質向上を図る 「GS協力パートナー会」発足

グローブシップには、全国12拠点国内15社、海外1社のグループ企業があります。現在、グループ会社と協力企業のネットワークを活かし、迅速かつ効率的にお客様からのご要望にお応えすべく取り組んでおります。弊社では、さらにお届けするサービスレベルの向上と、安全・品質のより一層の向上を目的として、協力企業を対象に「GS協力パートナー会」を2017年5月1日に発足しました。本会の前身となったのは「グローブシップ交流会」です。建設的なコミュニケーションを図る土台作りを目指し16年1月からスタートし、活動を重ねてきました。この度、母体となった交流会を発展的に改変し、新たな目的のもと一丸となって取り組むことといたしました。発足会では、パートナー企業同士の絆を深め、より一層の改善・進化につなげていくよう、確認しあいました。

3 より専門的で特化したソリューションを 組織変更により、新体制スタート

グローブシップでは、さまざまな業態のお客様ごとに、最適なソリューションをお届けするため、組織の在り方として本社では「営業本部制」を採って参りました。

今後、より専門的にまたお客様の分野に特化したサービスをタイムリーにお届けするためにも、本社営業本部の在り方を見直し、2017年4月1日付にて組織変更をいたしました。

具体的には、営業部門を7部制から9部制に増設したことや、営業推進室の新設、また環境FM室を営業開発部から営業企画部へ移管することなど、対応業態に合わせた細分化、集約化が挙げられます。

弊社では、この組織変更によってスピーディな意思決定が可能となるため、さらにお客様に寄り添ったサービスをお届けできるよう、全力を尽くします。

4 上海の地に根ざし、さらなる飛躍を 中国のグループ会社が創立10周年の節目を迎える

グローブシップのグループ会社である上海環月物業管理有限公司(上海環月社)は、2017年3月に創立10周年を迎え、記念式典を開催。関係者を招いて10年の軌跡を振り返り、共に祝いました。

上海環月社は、当社と森ビル株式会社、株式会社ハリマビシステム、大成株式会社の4社が2007年3月に設立したビル管理会社です。これまで、森ビルが上海に建設した上海環球金融中心(上海ワールドフィナンシャルセンター：SWFC)の設備管理業務を2008年8月の竣工時より一貫して担ってきました。

SWFCは、上海の金融中心街の浦東新区に位置しており、高さ492m、地上101階の超高層ビルで、総床面積は約38万㎡あります。施設内には日本企業をはじめ、海外の金融関連企業、また五つ星ホテルやメディアセンター、展望台まであり、約1万人が働く巨大施設です。上海環月社では、この施設を約100名のスタッフによって「日式」(日本式)での設備管理を行っており、サービス品質の向上に日々努めています。

10周年式典当日は、株主各社、ビルオーナーの森大廈(上海)、管理会社の元請会社である上海上実物業管理からのご来賓にもお越しいただきました。当社社長矢口からは、これまでの感謝と、従業員に向けては一層の品質向上に励んでほしい旨、激励がありました。

上海環月社では、今後も上海の地に根ざし、ご期待以上のサービスをお届けする方針です。

SWFC(上海ワールドフィナンシャルセンター)



誌名について——誌名の『GS way』は、社内公募の結果選定されたもので、全社員で遵守していこうと定めた行動規範を具体化した「GS WAY」に因んだネーミングです。「GS WAY」は社員の意識・行動改革を定めたもので、私たちの志・夢・理想・あるべき姿を示しています。お取引先にも誌名を聞いてすぐグローブシップのGSだと分っていただけるようブランド戦略の一環として名づけました。GSブランドのサービスのご紹介や、また業界関連情報の発信ツールとして、少しでもお役に立つ情報をご提供してまいりますので、ご愛顧いただけましたら幸いです。

GS way 1号(創刊号)
2017年6月30日発行
発行：グローブシップ株式会社 総務部
東京都港区芝4-11-3 芝フロントビル
TEL03-6362-9701

管理本部長 佐藤武男

※本誌記事・写真の無断転載・転用・複製複製(コピー)を禁じます。

其の一 枸杞の実で不老長寿

永山久夫 食文化史研究家



◆「アラハン」より「アクハン」

「アラハン」という言葉が、マスコミに登場してきた。100歳前後を意味する「アラウンド・ハンドレッド」の略。人生100年の時代がやってきたのである。日本人の長寿は、もっと伸びる可能性だってある。現在、50歳くらいの方だったら、その先、50年の人生を設計する時代なのだ。

人生は「生き直し」はできない。しかし、失敗しても、何回もやり直しのきく時間がたっぷりあるのが「人生100歳時代」である。

これからは、「アクティブ・ハンドレッド」を目指すべきだと思う。略して「アクハン」だ。アクティブは、積極的とか挑戦的などという意味がある。

「アクハン」は生涯現役主義であり、実力のある人間に停年など無い。江戸時代の中高年だって、がんばっていた。「80の手習い、90に間に合う」ということわざを口ずさみながら、収入につながるスキルを身につけるために勉強した。80歳になってからでも勉強すれば、その知識は90歳になった時に役に立つ、という意味だ。

◆枸杞の実の長寿効果

長生きして、生涯現役人生を实践するために欠かせないのが、脳の働きと体の若さである。その原動力は食だ。中でも、長寿効果の高い成分を含んでいるものが重要になる。

今回おすすめしたいのが、アメリカのセレブの間で、スーパーフードとして人気の枸杞の実だ。ゴジベリーとも呼ばれ、日本でも古くから不老長寿の妙薬として、珍重されてきた。赤い小粒の実で、甘みがあり、乾燥して薬酒やお粥に入れたりするが、最近

ではスーパーなどにも置いてある。

抗酸化成分やビタミンC、カロテンが多く、老化を防ぐ成分が豊富に含まれている。江戸時代の戯作者である為永春水の随筆『閑窓瑣談』の中に、「枸杞を煎じて常に用いられれば、延寿の妙薬となるべし」とあり、長寿を望むなら、忘れずに服用のこととある。

◆枸杞飯で天海は108歳

この枸杞の実を毎日のように食べて108歳まで長生きしたのが、戦国時代から江戸時代の初期まで活躍した天海僧正である。

戦国時代の覇者である徳川家康とも親交があり、健康オタクでもあった家康もすすめられて枸杞を用いたと伝えられている。

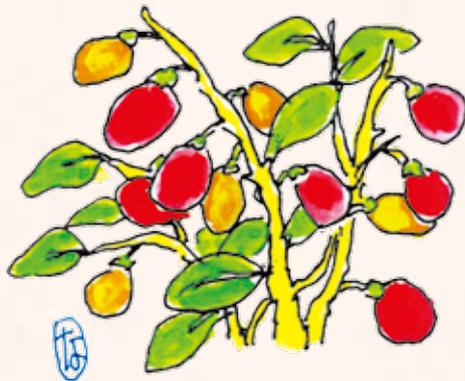
天海ほどではないにしろ、家康も戦国大名の中では健康長寿で、75歳で死去する直前まで鷹狩りをし、側室を愛するなど見事なほどの生涯現役であった。

福島県の会津の出身と伝えられる天海は、親しかった同じく会津の僧である残夢から、長寿の食として「枸杞飯」を食べることを教えられ、

これを何十年にもわたって実行していたのである。

枸杞飯を伝授した残夢も長寿であったが、天海の場合は驚異的で、江戸時代初期の儒者・藤井懶斎の『閑窓筆記』という随筆をみると、「大僧正天海、年百四十歳」という説もあるほどである。

赤い枸杞の実を炊き込むだけで、簡単に枸杞飯になる。色どりの美しいご飯。「アクハン時代」を迎えるための長寿食である。



永山久夫 食文化史研究家 1932年生まれ。古代から明治時代までの食事復元研究の第一人者。長寿食や健脳食の研究者でもあり、長寿村の食生活を長年にわたり調査している。『「和の食」全史』ほか著書多数。