

GSway

ともに歩み、ともに進む

5
Dec. 2018

02 | 特集

第2回「グローブシップ株式会社お取引先セミナー」



07 | 技術・品質マイスターへの道⑤

08 | グループ会社紹介

10 | NEWS&TOPICS

12 | 日本史の中のスーパーフード

戦略FMパートナー
 **GLOBESHIP**

変革し続ける組織を目指し 脱長時間労働と柔軟に働ける環境づくりを

第2回「グローブシップ株式会社お取引先セミナー」



11月5日、第2回となる「グローブシップ株式会社お取引先セミナー」を霞が関ビルディング（東京都）にて開催いたしました。今や一億総活躍社会の実現に向け、「働き方改革」は国を挙げた最大のチャレンジとなっています。そこで、この分野の第一人者である三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社の矢島洋子氏をお迎えし「働き方改革に企業はどう対応すべきか～働き方改革の誤解と効果的な取り組み」をテーマにご講演いただきました。セミナー当日は当社の目指すFM戦略の方向性についても合わせて発表いたしましたので、その内容もダイジェストでご紹介いたします。

なぜ企業は働き方改革に 取り組まなければならないのか

労働人口が減少し、採用状況が厳しい中、なぜ私たちは働き方改革をしなければならないのでしょうか。

まず、それぞれの方がその人らしく仕事ができる環境を作ることが、皆さまの組織にとってもプラスにつながることはイメージできると思います。ダイバーシティの推進として女性や高齢者、外国人など多様な人材を受け入れ、その方々が仕事だけではなく、仕事以外のこともしながら充実した生活を送るためにワーク・ライフ・バランスを実現する——。そのためには働き方を改革することが必要だ、というのが改革に取り組む理由です。

これまでワーク・ライフ・バランスというと、「仕事と子育ての両立」が主でしたが、最近では「介護との両立」「治療との両立」もあります。ガンも治る時代になってきましたから、治療をしながら働き続けるケースも増えています。「地域活動との両立」もあります。地域は、現役で働いている皆さまが仕事をしながら支える時代であり、このことも大きなテーマです。さらに「自己啓発・副業との両立」も対象で、従業員の自己啓発や副業を通じて自社にビジネスチャンスをもたらしていただくという柔軟な考え方も必要となります。

働き方改革のテーマには、大きく分けて「脱長時間労働」と「柔軟に働ける環境作り」の2つがあります。

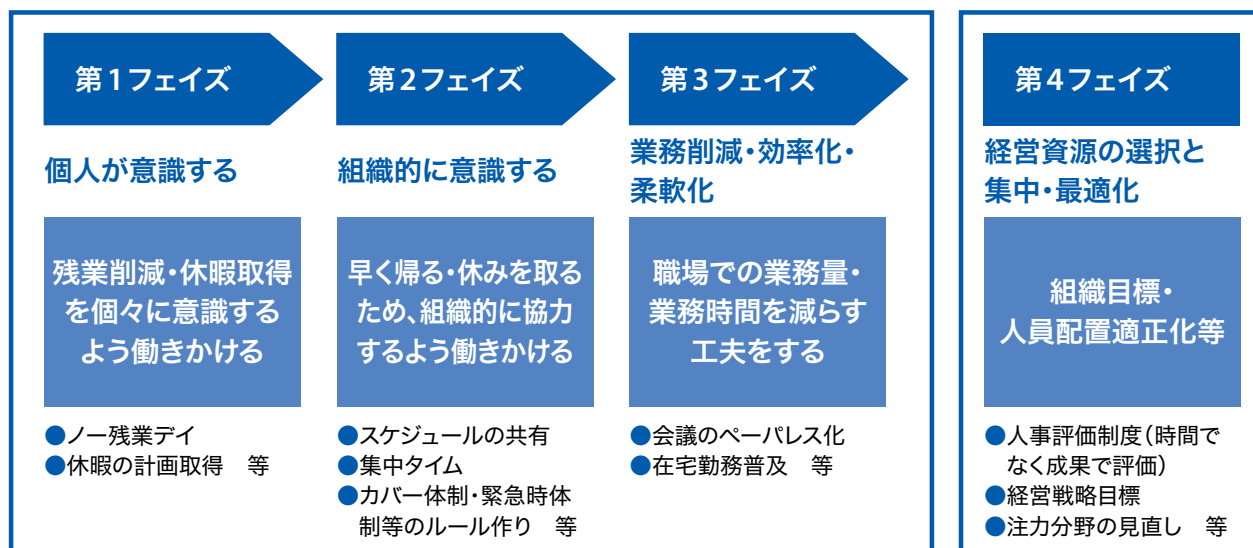
長時間労働ではどんな人もワーク・ライフ・バランスは実現できません。また2019年4月からは「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律案



矢島洋子氏

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社政策研究事業本部執行役員兼 副本部長 兼 共生社会部長。中央大学大学院戦略経営研究科客員教授。専門分野は少子高齢化社会対策、ワーク・ライフ・バランス、女性活躍促進。

働き方改革の4つのフェーズ



職場単位の取り組み

企業全体の取り組み (経営判断)

(働き方改革関連法)」が施行され、時間外労働については罰則付き上限規制もあります。長時間労働が是正された上で育児・介護など、それぞれのニーズに合わせた活動が仕事と両立できるよう、「柔軟に働ける環境作り」が必要なのだということを念頭に置いて改革を進めていただければと思います。

働き方改革に対する

よくある誤解

働き方改革の実現のカギは「マネジメント変革」です。制度やルールをトップダウンで変えるだけでは、改革にはつながりません。職場のすみずみまで考え方を浸透させ、マネジメントを変えることこそが肝要なのです。

働き方改革は、最低でも3年かかるつもりで一刻も早く取り組んでいただくのが良いでしょう。それにはまず、「うちの業界は無理」

という発想は捨ててください。皆さまの会社より厳しい働き方の業界でも既に効果を上げているケースはたくさんあります。

働き方改革は「改革」というだけに、目からウロコみたいな画期的な方策があるのではないかと思われますが、そうではありません。小さなことから始めて、効果を検証、共有しながら進めることが結果として大きな変革をもたらします。

例えば「ノー残業デイ」もその1つです。よく、その日だけ電気を消したりパソコンの電源を切るケースがありますが、あまり意味がありません。ノー残業デイの意味は、定時までには仕事を終える仕事の進め方、組み立て方のルールを見直すことにあります。そこに手をつけずに、帰れと号令をかけたところで組織は変わりません。

また、働き方改革に取り組む際に勘違いしてはいけないのは、改

革の目的は生産性の向上ではない、ということです。逆に、生産性を上げなければ、脱長時間労働も柔軟な働き方も実現できません。つまり生産性の向上はあくまで「手段」に過ぎないのです。

働き方改革の進め方

私は、働き方改革を4つのフェーズに分けています(図)。第1フェーズでの取り組みは、ノー残業デイや休暇の計画取得です。たいていの会社で効果が上がるとして、ノー残業デイの日数を増やしていますが、実際には行き詰まるケースも多いです。ノー残業デイの導入当初は、必ず一定の成果は上がりますが、それは個人が意識して取り組んだ結果だからです。しかし、会社は組織で動いているため、必ずしも個人の裁量で休んだり帰ったりすることはできず、どこかで行き詰まります。



そこで第2フェイズへの移行が必要です。ここでは改革を組織的に意識するようにします。つまり働き方について、組織的に協力して変革するのです。実はこのフェイズに移行できている企業は少ないのが現状です。では、どうすればいいのか。例えば、スケジュールの共有が考えられます。定時までに仕事を終わらせるやり方を見出し、仕事をカバーする体制を構築します。特に管理職はカバーしてくれる人がいないと休めません。そのため、あえて組織上層部から命じて管理職も例外なく休める体制を作る必要があるのです。

また緊急時の出勤態勢ですが、これも予めチームに分けるなど合理的に考える必要があります。一部の人間で処理できる仕事に対して、毎回全員出勤しては疲弊してしまうからです。

そして第3フェイズでは、いよいよ業務の削減と効率化に取り組みます。よくある「業務の棚卸」にはあまり意味がありません。何に何時間かかるか分かって、どこが無駄なのかは分からないこと

が多いからです。それよりも目を向けるべきは、現場の意見です。

現場の人、特に若い人はどこが無駄なのか分かっています。ですが「これ無駄ではないです

か。他にもやり方があります」とは言えない職場の風土があるのです。実はこれこそが問題です。上司側から「誰がそんなこと言っているんだ」という反応が出てくる風土ならば、アンケート等で社内意見を定量的に示すことも重要でしょう。

最終となる第4フェイズでは、現在の自社の有り様を判断します。今のビジネスモデルのままでいいのか。本当に効率よく稼げる事業を行っているのか、などを分析・判断し、経営資源の選択と集中を考え最適化を図るのです。

また、改革の中で忘れてはならないのが、人事評価の在り方です。働き方改革では、これまでのように残業代で労働に報いることができません。そのため、定められた時間内に成果を挙げる人と、そうでない人の評価にきちんと差がつかなければ、できる人ほど逃げ出したくなります。

マーケットの変化に対して 適応力を高める

環境の変化に伴い、お客様の事情も従業員の状況も変わります。働き方改革のゴールは、こうした内外の環境が変化したとしても、各職場がその変化に対して最適になるように柔軟に働き方を変えられる企業風土を醸成することにあります。皆さまの企業でそういう風土をぜひ作っていただき、タブーなく変わり続ける組織になる、そこまで改革を進めていくことをお願いできればと思います。



的確なアプローチで お客様のQOLの向上に貢献

GSSのIFMサービス

セミナーの第2部には、「IFM（インテグレートド・ファシリティマネジメント）」の最先端事例を交え、GSS社の体制と方針が伝えられました。

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（GSS）は、グローブシップと仏ソデクソ社の合併会社で、2016年3月に日本での事業展開をスタートさせました。日本における外資系企業及び日系グローバル企業を対象にIFMサービスを提供しています。親会社の1社であるGS社は国内マーケットを熟知し、多くの有資格エンジニアや、専門教育施設を保有しています。一方、もう1つの親会社である仏ソデクソ社は安全管理、品質管理、BCP管理などにおいて特に論理的で効率的なシステムを持っています。これらFM業務の運営に不可欠な両社のリソースを最大限に活かしながら運営を進めています。

現在の実績では、売上高は12億円、管理社員数175名、管理現場18、管理面積58万㎡、となっております。IFMサービスメニューは幅広く、ビルメンテナンスや施設管理業務、フードサービ

スやビジネスサポートサービス（総務人事系のサポート業務）、など多岐にわたります。

人口動態と IFMへの注目度の高まり

国内の人口動態では、2030年までに労働人口が約20%減少します。この状況下でIFMを導入する企業・団体が増加しています。これは、企業側が「今までのように組織内でFM関連業務を担う人材を採用し、教育・配置・運営することが難しくなるだろう」とリスクを感じていることと関係しています。他方、優秀な人材には長く働いて欲しいという意向もあり、これらが企業でのIFMを推進させる要因となっています。この流れを商機と捉え、グローバルレベルでの知識を背景に、さまざまなアプローチで応えてまいります。

まず、当社では世界4万物件の管理実績を元に「専門性の高いサービス」や「高い安全衛生管理



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（GSS）COO
河野圭太

（HSE）マネジメント」をご提供することが可能です。また「SPOC（窓口の一本化）体制」の実践により、お客様の手間を軽減します。サービスに関しては、「KPI（key performance indicator）での業績評価」による透明性を担保。長期契約をベースとしたコスト削減については、継続した仕組みを構築いたします。さらに、「新技術・システムによるサービスの拡充」を推進いたします。具体的にはFMとフードサービス事業を統合した新システムの開発等で備えています。

今後もFMの最先端で起きていることを敏感に捉え、常に最新のサービスを提供していく方針です。これにより、お客様のQOLの向上に少しでも貢献できればと願っております。

GSにおける ファシリティマネジメント ～戦略FMのブランド化に向けて～

セミナーの最後には、GS社が取り組む「SFM（戦略FM）」の意味合いが改めて伝えられ、現場責任者を軸としたお役立ちへの思いが示されました。

当社では、「戦略FMパートナーとしてのグローブシップ」を掲げ、お客様のニーズにお応えするとともに、欠かすことのできないビジネスパートナー会社でありたいと、全社一丸となって取り組んでおります。独自の強みである「人と技術」を活かした、「SFM（戦略FM）のブランド化」を目指し、そのために実際にお届けするサービスメニューも見直しました。

当社の考えるSFMは、施設・利用環境をお客様側の経営戦略の視点に立ったマネジメントを行い、サービスを通じて安全・安心、コストの削減、環境負荷低減の最適化を図るものです。

弊社が目指す

FMのブランディングについて

SFMの特長は、主に3つあります。まず「情報提供」です。決まった技術をご提供するだけでなく、今後の技術動向などを踏まえ

た情報提供をいたします。次に「比較分析」です。日頃から現状を分析して最善の策をベストのタイミングでご提案いたします。3つめが「価値の想像」です。これによりお客様と施設利用者様にご満足いただける環境を提供し続けます。

つまり、これまで通りのFM業務を行うだけでなく、お客様の経営リソースについて有効な活用方法を常に検討、目的に合わせたプラスアルファのアウトプットの提案がSFMの目的なのです。

このSFMのブランド化の推進で中心的な役割を担うのが、「現場責任者」です。現場責任者は日頃から現場の代表者としてお客様と課題を共有しております。課題については、適宜分析・評価して、最終的に解決法までを提案させていただき役割を担っています。

SFMの推進にあたっては、お客様には弊社現場責任者よりさまざまな提案をさせていただき予定



グローブシップ株式会社 FM推進部長
佐藤幸夫

です。

昨今は、当社にお寄せいただくお客様の声として、特に「エネルギー管理」へのご要望が多いのが現状です。このことから、まずはエネルギー管理に関するご提案を段階的に開始してまいります。その過程でSFMについては徐々に認知度を高めていただければと考えています。

さらに、労働人口減少を見据え、仕事の効率化、生産性の向上と安全性確保の面から「先端技術の導入」も行なってまいります。現在、ロボティクス技術・センシング技術を取り入れた新しい機器を開発中で、年度内に発表を控えているものもございます。

今後もお客様にとって有益となる取り組みを積極的にご提案しながら、パートナー会社として役割を果たすことをお約束いたします。

「清掃」の捉え方

「清掃」を科学と歴史でひも解いてみる

安全品質推進部
清掃品質課課長
鈴木 悟

清掃業務の募集広告には、よく「誰でも出来る仕事です」とうたわれていますが、実は簡単そうに見えてこれだけ奥が深い職種も珍しいのではないかと思います。こうした文言が使われるのは、清掃業務の社会的地位が高くない証拠だと感じますが、新聞折込の人材募集の広告には清掃業と介護業が常連で、その多くを占めています。そして清掃業の人手不足は半世紀も前から継続している課題です。

私どもの業界では、新人も中途採用者も最初に覚えるのはお客様先となる館内の規則とマナーです。これに並行して清掃技術を習得していきますが、「誰でも出来る仕事です」と募集しているためか、自宅での掃除の延長だろうと考える人も多いのです。実際は決してそうではないため、当社では清掃やゴミの廃棄について一人ひとりが積極的に関心を持つことから伝えていきます。

「清掃は科学だ」と国内で最初に提唱したのは、『建物清掃の実際』（1971年）の著者である田中定二氏※です。本書には、「清掃の社会的地位を上げないと、社会の関心が低いままで、若い人が集まりにくい」という記述があります。著者は清掃を体系的に理論立て、本書を通じて清掃業務やビル管理業務の社会的な地位向上を目指しました。当時から建物清掃については社会的なニーズがありましたが、そこで働く人たちは清掃について深く理解していなくても仕事に従事できていました。当時は現場で提供される清掃のサービス品質はまだ低く、社会的地位も低いままでした。この事態に危機感を抱いた著者は、まず清掃業界に対して社会から関心を持ってもらいたい、そのため清掃を科学的な側面から改めて紹介しようとしたのです。社会の関心を多く集めることができれば、人手不足の解消にもつながるだろうし、

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。



さらには清掃業務に携わる人のモチベーション向上にもつなげたいという願いが込められていました。

時代とともに清掃業務への意識が高まり、私たちは「衛生的な環境づくり」に日々取り組んでいます。現場では清掃の専門的な知識が日常的に求められます。例えば、見た目のきれいさだけでなく、清掃部位ごとに菌の繁殖の有無を把握し、菌がある部位にはどんな薬剤をどのような手順と方法で使用すれば衛生的な環境を提供できるのか等です。現場で科学的な判断ができて初めてプロといえます。

さて、清掃の歴史的な意味合いにも注目してみますと、古来、清掃は神聖な仕事でした。清掃道具のほう木（箒木）には、「汚れを掃きだす」というより「大切なものを掃き集める」という意味合いが大きく、神聖なものだったのです。箒木は神霊・魂が降臨する依代よりしろとも考えられてきました。それゆえ、清掃の起源は「神聖なものを集める」「それ以外を掃き出す」の2つの意味があったと理解できます。

このように私たちがお届けしている「清掃」には、科学的根拠に基づく技術と合わせて、歴史的な意味合いの奥深さも感じ取れます。目の前の“きれいさ”だけで終わるものでは決していないのです。

※田中定二（たなかていじ）1920年東京都生まれ。ビルメンテナンス業の草分けとして同業界の地位向上と清掃教育に尽力。科学的な側面から清掃業務にアプローチし、経験を形式知に残すため執筆活動に注力。その成果は『建物清掃の実際』（オーム社）として結実した。



高い専門性を持つプロ集団 グループ会社としてシナジーを発揮

1963年の設立以来、ホテル・官公庁を中心とした施設管理の業務ノウハウを培ってきた日東カストディアル・サービス株式会社。営業開発1部長の小笠原雄一より、同社の事業概要と今後の事業展望について説明いたします。

Corporate Profile

日東カストディアル・サービス株式会社
 代表取締役会長 矢口敏和
 代表取締役社長 島立義之
 所在地：東京都板橋区中丸町14-1 池袋北ビル
 従業員数：9,114人
 売上高：218億円(2018年3月期)
 拠点数：33カ所(支店・営業所含む)

営業開発1部長
小笠原雄一



全国を基盤とした 拠点ネットワークで対応

日東カストディアル・サービスは、ビル総合管理会社として1963年の設立よりお客様に良質で信頼されるサービスを提供してまいりました。

現在の事業比率はホテルが40%、官公庁関係が25%を占め、病院、商業施設、学校関係、オフィス、工場等が続きます。

ビルメンテナンス業は大都市に事業が偏りがちですが、当社では全国33カ所に支店、営業所を配置していますので、東京を窓口にした全国規模の一括受注も多く請け負っております。

当社では、国内における拠点展

開を草創期から整えてまいりましたが、これにはホテル・レジャー業界のリーディングカンパニーである藤田観光株式会社様と私どもの古くからのお取引が関係しています。

藤田観光様は1960年代より「ワシントンホテル」ブランドの全国展開を手がけられ、この客室清掃を当社で受注させていただきました。その中で同ブランドのホテルが国内で相次いでオープンするのに伴い、当社も応じる形でホテル建設地と同じエリアに拠点を構えていきました。さらに並行して、他にも多くのホテルからのご依頼いただき、全国展開の基盤を整えることができました。

広域展開企業向けの FMパッケージ化でさらなる飛躍を

この強みを活かし、最近「広域展開営業推進」を強化項目の1つとして掲げております。当社の広域事業部という部門を軸に広域展開している企業の資産FMサービスを商品化し、販売していくことが現在の目標です。全国へサービスをお届けしているのもその1つです。

最近の事例では、全国規模で自動販売機の設置・営業をされているコカ・コーラボトラーズジャパン株式会社様とのご縁をいただきました。私どもは、各地の自動販売機のルート配送スタッフが商品充填時に立ち寄る調達拠点(東日

本150カ所)の清掃サービスを受注。当社協力会社のネットワークを活かしサービスをお届けしております。今後は、全国レベルで水平展開するスキームを整え、最終的に営業パッケージ化していく予定です。

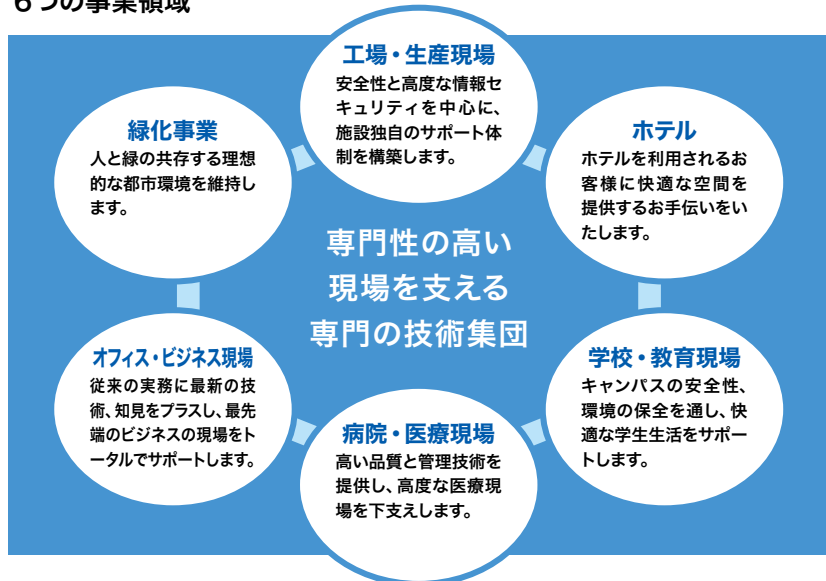
グローバル人材へは 現場のOJTで効率化

喫緊の課題は人材の不足です。日本ではどの業種も深刻な人手不足に陥っていますが、私どもの業界も例外ではなくホテルの客室清掃業務などのサービスの担い手は、外国人の従業員が主流となっています。そのため、ネパールやミャンマーをはじめとする外国籍従業員を約1,500人雇用し、人材を育成しています。雇用の確保には、同国籍の方同士のネットワークを利用する方法も柔軟に取り入れています。多様な文化を持つ方々に、できるだけ早く現場に慣れていただくために、現場では複数言語でOJTを可能とする環境を整え対応しています。

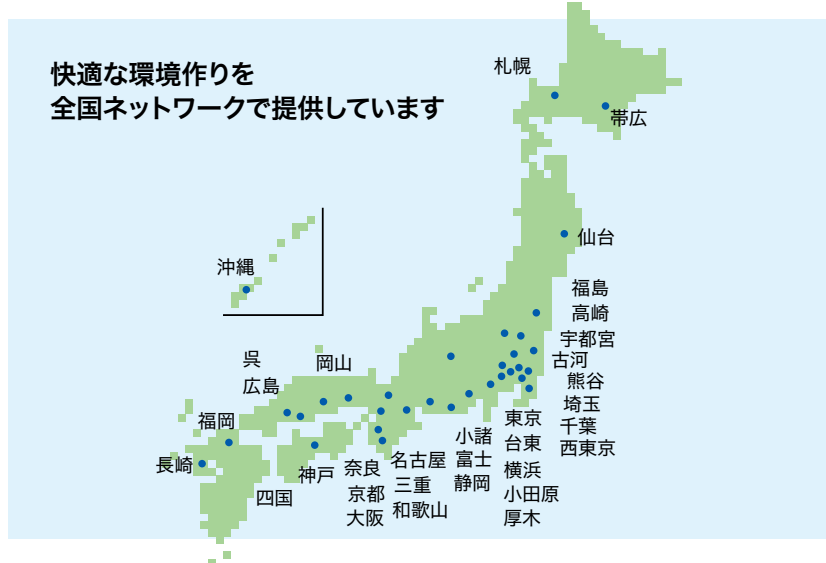
グループ内での存在価値を さらに高めていく

私どもは、2015年にグローブシップグループの一員となりました。GS社側に拠点がないエリアで補完的にサービスを請け負ったり、当社が得意としているホテル・官公庁など専門性の高い業界での

6つの事業領域



国内拠点一覧



サービスを担当するなど、シナジー効果が徐々に現れていると手応えを感じています。

さらなるサービスの向上にも積極的に取り組んでおり、2015年に設置した業務品質部によって品質の向上と一元管理を強化しております。GS社のブランド化推進に追従すべく当社でもGSWAYを導入し「風通しの良い風土づく

り」を目指し、全社方針が現場レベルにまで正しく伝わっているか、進捗を確認しながら進めています。

今後このブランド化をはじめ、品質の向上と均一化をさらに推進いたします。そして高付加価値サービスを通じてGSグループでの存在価値を高め、安全で快適な環境創造に努力して参ります。

1 全国の現場で行動規範を具現化、取り組みと浸透を評価 第2回「GS WAYコンテスト」開催

「GS WAY(グローブシップウェイ)」は当社及びGS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ものです。2017年に策定以来、皆がベクトルをあわせてサービスの現場で取り組んでおります。この取り組み内容についての評価を行う、第2回「GS WAYコンテスト」を9月14日、本社9階大会議室で開催いたしました。コンテストでは、事前に提出された取組計画書を元に対象となる全国277の出張所から7つの出張所と、34部門から3部門がそれぞれ選出されました。当日は、「出張所の部」「部支店の部」に分けて審査を行いました。その結果、「出張所の部」では、金賞を金山総合ビル出張所(名古屋支店)、銀賞を大和南森町ビル出張所(大阪支店)、銅賞を駒澤大学高等学校出張所(営業九部)が受賞。また「部支店の部」では、金賞を大阪支店が受賞しました。

発表された事例を持ち帰り、今後もお客様にご満足いただけるよう、全国の現場で実践していく方針です。



2 継続した取り組みでGSブランドを実現 2018年度グローブシップ品質向上・安全衛生大会

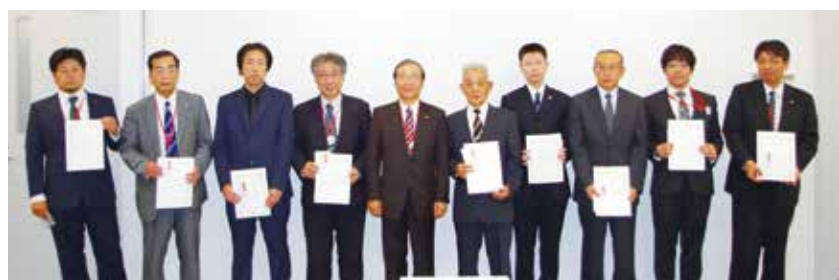
11月8日、「2018年度グローブシップ品質向上・安全衛生大会」を本社9F大会議室で開催しました。当日はGSグループ各社から関係者約100名が出席。冒頭には社長の矢口が「この大会で、業務品質の更なる向上と安全・健康の確保に取り組んでいくことを再確認し、問題意識と課題を共有する有意義な機会とした」と、開催の目的を強く述べました。

大会では安全品質推進部から、最近の労働災害の傾向やGSブランド強化のために展開した品質・安全面での取り組みを発表。その一環としてGS研修センターで行っている研修概要について改めて紹介されました。

また、「労働安全衛生標語」の表彰式も実施しました。GSグループ各社から1,068点の応募があり、優秀賞3作品、佳作6作品を選出しました。

大会の最後には社員代表が労

働安全宣言を読み上げ、労働災害の防止及び安全衛生活動を継続的に取り組むことを誓いました。



3

日韓交流で、絆を深める

韓国ビルメンテナンス企業の視察団来訪

韓国のビルメンテナンス企業の株式会社ASTA IBS（本社ソウル／資本金1億円／売上高78億円／社員数2,500人）より、10月19日に42名の方々が日本視察団として当社に来訪されました。

社長の矢口より歓迎の挨拶と両社の友好関係について改めて説明した後、常務取締役の佐藤から当社概要を紹介いたしました。本社施設の見学では、清掃ロボットの実演に関心を持たれたようです。

また、日本のビルメンテナンス業界の歴史等を映像でお伝えし、グループ企業であるアトックス社の技術開発センターも見学いただきました。さらにGS研修センターでは、当社スタッフによる実践研修の一部を紹介いたしました。

同社の来訪は10回目を迎えました。「今後とも、両社において情報交換やノウハウの共有化などを図っていきましょう」と互いに固い握手を交わしました。



4

ダイバーシティ、ますます推進

第二期ミャンマー技能実習生受け入れ

11月12日、第二期ミャンマー技能実習生の入社式が本社で行われました。本年度は13名の技能実習生を受け入れ、GS研修センターにおいて2週間の研修を受講。基本的な技術を身に付けます。

入社式では、社長の矢口より「グローバルシッの仕事は、大事なお客様に快適環境を提供していくことです。技能実習生の皆さんの仕事ぶりが、後輩の就業機会を作っていくことにもつながります。これから日本での生活が始まりますが、多くの経験を通じて充実した日々を送れるよう祈念します」と歓迎の言葉が伝えられました。

また翌日には歓迎パーティーを開催し、第一期の技能実習生8名や、現場をともにする日本人スタッフらと交流を深めました。

第二期実習生は現在、本社管轄現場に10名、名古屋支店管轄現場に3名が配属され、活躍しています。



5

さらなるグローバル展開、加速

FMグローバル事業部を新設

グループ内でのさらなる業務の効率化を図るため、11月1日付にて組織変更をいたしました。

今回の変更では「FMグローバル事業部」を新設。従来のグローバル開発部とFM推進部を集約しました。これにより、現在のグローバル開発部の機能に加え、

国内外にわたって包括的にFMを担当する機能を持たせることにより、海外事業展開を促進することを目的としています。

また営業企画部内に「業務人事課」を新設。人材の採用について一層の強化をいたします。

編集後記—11月5日の「お取引先セミナー」には約200名の方々のご参加がありました。「働き方改革」をテーマとした基調講演には、「大変参考になった」と多くの方から評価をいただきました。重要なのは、単なる残業削減の取り組みではなく、人事制度の見直し、管理職のマネジメント意識の改革、若手のキャリアパス、柔軟で多様な働き方の仕組みを作ることです。仕事と生活面の両立については実際に家族との時間が増えたか等の効果検証の必要性を感じました。また弊社からブランド戦略の具体的なメニュー等もご紹介でき、継続的な発展の必要性も感じた次第です。（管理本部長 佐藤武男）

GS way 5号 2018年12月13日発行
発行：グローバルシッ株式会社 総務部
東京都港区芝4-11-3 芝フロントビル
TEL.03-6362-9701

©Alamy Stock Photo/amanaimages
※本誌記事・写真の無断転載・転用・複写複製（コピー）を禁じます。

「人生100年」時代、**アクティブ・ハンドレッド**を目指そう！

其の五 ラーメンも食べた グルメ大名・水戸黄門

永山久夫 食文化史研究家



◆「この紋所が目に入らぬか！」

テレビドラマでおなじみの水戸黄門(1628-1700年)は、助さん、格さんを引き連れ、諸国を漫遊する。行く先々で、弱い者の味方となり、悪代官をこらしめる。

クライマックスは三つ葉葵の紋が入った印籠をかかげて、「この紋所が目に入らぬか！」と一喝。日本人にはおなじみの名場面であるが、もちろんフィクション。諸国漫遊の事実はない。

記録に残っている旅は、江戸と水戸領内、それに日光と鎌倉だけ。ただ領内をよく歩き、農民たちと談笑したり、お茶を飲んだりはしている。

水戸黄門こと徳川光圀は徳川家康の十一男である頼房よりふさの子で、家康の孫。そして、水戸藩の二代目藩主である。光圀は正義感が強く、時の五代將軍・綱吉の「生類憐みの令」も、悪政として反対したりもした。嘯みついた野犬を打ち殺した男が島流しになるなど、世の中にこれほどの悪政はない。事実、綱吉の死後、次の將軍によって、この悪令は撤廃されている。



料理の中に中国式の麺があり、それが現代のラーメンに近いものだった。その中国式の麺を光圀のために作って、ご馳走してくれたのである。

「麺の国」から来日した達人が作った麺というのは、小麦粉に中国式にレンコンの粉をつなぎとして平打ちにし、切り揃えたもの。スープは豚肉を塩漬

けにした中国ハムでだしをとったもので、極めて美味な仕上り。香辛料は四川省産のコショウにニンニク、黄ニラなどで、その異国風な味に、光圀は大満足。ラーメンの元祖をニコニコしながら、「うまいのオ」を連発したにちがいない。

牛肉も好み、煮込み汁にして楽しんでいる。光圀はグルメではあったが、自ら野菜は作っていたし、ふだんは「一汁三菜」の質素な生活だった。

62歳で政治から身を引き、西山荘という山荘に隠居し、友を呼んで料理を作り、酒を飲みかわして悠々自適の生活を10年ほど楽しみ、元禄13(1700)年に73歳という江戸時代としては、立派に長生きして世を去った。もちろん長涯現役である。

◆日本でラーメンを食べた最初の大名

光圀は、江戸時代きってのグルメ大名で、日本で最初にラーメンを食べたのも御当人。

光圀は長崎に亡命していた明の学者・朱舜水しゆんすいを水戸藩に招き、学問や医学、料理などの知識を得ている。

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。