

Vol. 143 Mar. 22. 2006

事業活動

平成18年度年初収支暫定予算決まる ----- 1月20日 ----- 2
酒税改訂等に伴う価格改訂データフォーマットの作成 ----- 4
----- 情報システム研究会・EDI W・G -----

業務日誌より

時代にあった新商品の開発を ----- 各地で賀詞交歓会 ----- 8
第19回 異業種交流委員会開催 ----- 2月24日 ----- 10
日本加工食品卸協会ホームページ“お知らせ”欄開設 ----- 12
まちづくり三法見直しに関して ----- 13
大豆及び大豆イソフラボンに関するQ & A ----- 農林水産省 ----- 19

講演録

吉本流 経営戦略と人材育成 ----- 一元・吉本興業名誉会長 中邨秀雄氏 ----- 25

回								
覧								

事業活動

平成18年度 年初収支暫定予算を承認

－1月20日－

平成18年1月20日（金）当協会会議室にて、3時より臨時理事会が開催された。これは定款第39条の定めにより、毎年4月1日より開始される新年度の当初については、5月末の総会にて議決される予算成立迄、執行されるべき予算がない事から、例年この時期に暫定予算として理事会で（本来は総会を開催して）議決すべきものとされている事によるものである。当日は引き続き執行運営委員会を開催する事として、予め各理事にこの暫定予算案についてご意見、賛否についてご案内し、執行運営委員会出席者が委任状により各理事の代理を兼ねる形で開催された。臨時理事会の内容については、議事録の抜粋を以下に掲載します。

出欠状況： 理事総数 25名中 出席理事 10名 委任状出席 15名 計25名
監事総数 3名中 出席監事 11名 委任状出席 2名 計3名
出席理事氏名： 國分勘兵衛（代理 清水 宣和）、尾崎 弘（代理 浅井 久生）
後藤 雅治（代理 皆本 睦夫）、吉野 芳夫（代理 北山 誠）
津久浦慶之（代理 津久浦慶信）、水足 眞一（代理 笠井 隆）
三枝 皓祐（代理 小林 由郎）、磯野 謙次（代理 大竹一太郎）
加藤 武雄（代理 大江 清介）、奥山 則康
委任状出席理事： 山本佳宏、村山圭一、堀内琢夫、濱口吉右衛門、上田 弘、鈴木重一
永津邦彦、桑島敏彰、中村成朗、竹内克之、本村道生、柳川 信
市ノ瀬竹久、塩田良英、西村 均
出席監事： 牧 明夫（代理 西野正雄）
委任状出席監事： 萩原弥重、横山敬一

議 案 第1号議案 平成18年度年初収支暫定予算の件
第2号議案 その他

定刻、事務局より開会の案内と本日の出欠状況を報告。理事会の成立を確認。

正・副会長いずれも代理出席なので、定款第14条3項に基づき議長として、専務理事の就任の是非について諮ったところ、異議なく承認されたので奥山則康専務理事が議長席に着席した。

議長は直ちに議事録署名人として、津久浦慶信理事代理と小林由郎理事代理を指名し、了承を得たので議事に入った。

第1号議案 平成18年度年初収支暫定予算の件

議長より資料1の予算案と策定経緯について説明し、さらに事前に各理事・監事に質疑と賛否を問うた結果、全員質問もなく異議もなく賛成との回答文書を得ている旨の報告を行った。ここで改めて出席者に賛否質疑を問うたが、異議なく承認された。

なお、この暫定予算は5月に予定されている総会において議決される平成18年度収支予算に包含される事も併せて確認した。

第2号議案 その他

議長より出席者に問題提起の有無を諮ったが、何もなかった。

以上で、予定の議題の審議が終了したので議長より閉会を告げた。

以上

平成18年度年初収支暫定予算（案）

（自平成17年4月1日～平成17年5月27日）

1 収入の部

大科目	中科目	金額（円）
会費収入	会員会費収入	6,571,000
雑収入	雑収入	10,000
当期収入合計		6,581,000
前期繰越収支差額		5,382,711
収入合計		11,963,711

2 支出の部

大科目	中科目	金額（円）
事業費	調査研究事業費	2,600,000
	知識啓発事業費	730,000
管理費	人件費	2,300,000
	会議費	220,000
	事務諸費	1,270,000
当期支出合計		7,120,000
当期収支差額		▲539,000
次期繰越収支差額		4,843,711

議案内容について

定款第39条により、平成18年度年初（平成18年4月より平成18年5月30日総会開催予定日まで）収支暫定予算を次の如き立案方針で策定致しました。

収入の部であります。前期からの繰越分については平成17年度予算の翌期繰越金額としました。

会費収入については、当局の指導に基づき、平成17年度実績（9月末）額の「12分の2（2ヶ月分の意）」としました。

支出については、調査研究費・知識啓発事業費ともに平成17年度実績を参考とし推計しました。

人件費については、平成18年度見込み額にて算出しました。

会議費と事務諸費については、17年度実績（2ヶ月間）と同額として算出致しました。

以上

酒税改訂等に伴う価格改訂データのフォーマット

—情報システム研究会・EDI W・G—

本年5月に酒税改定による価格変更が行なわれる事が予定されておりますが、価格変更の手段としてデータによる価格変更の情報交換を希望される企業に対して、交換手段・媒体・フォーマット等を統一してメーカーと卸間で効率化を計るべく統一規定を作成した。2月20日（月）のEDI W・Gの検討会において、情報システム研究会の井口座長（国分株）も出席し内容を検討し決定した。また2月24日（金）の情報システム研究会でこの内容を追認し、当協会名で広く関係企業に利用を呼びかける事とした。尚、このデータフォーマットは2月27日より当協会のホームページに掲載しており、ダウンロードして利用できる。

会員各位

委発 第311号
平成18年2月吉日

社団法人 日本加工食品卸協会
情報システム研究会
座長 井口 泰夫
(公印省略)

酒税改定等に伴う商品情報データ交換のお知らせ

拝啓 貴社ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。また、平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、本年5月には酒税改定による価格変更が行なわれる事が予定されております。各メーカー様、卸様におかれましては、価格変更の手段をご検討されていらっしゃる事と存じます。その方法として書面による案内もあるかと思いますが、データによる価格変更情報の交換を希望される企業も多いと思われま。

つきましては、その為の交換手段・媒体・フォーマット等を統一する事によってメーカー様・卸様両者の効率化を計るべく、下記のような統一規定を作成致しましたのでご案内申し上げます。お手数ではございますが、貴社内に関連部署への回覧をお願い申し上げます。

敬具

記

1. データ交換手続きについて
 - ① 必要があれば、メーカー様・卸様が個別に営業部門経由で商品案内データ提供依頼書を交わしてください(別紙参考資料参照)
2. ファイル形式について
 - ① Excelで扱える形式(CSV等)としてください。
3. データフォーマットについて
 - ① 別紙のフォーマットに準拠してデータ作成願います。
4. 媒体・交換手段について
 - ① 原則として、FD・CD-R等、Windowsにて扱える媒体としてください。
 - ② Excelでのデータフォーマット(空ファイル)は、日食協のホームページからダウンロードすることも可能です。また、卸側マスター内容を事前セットしたファイルをメーカー様へご提供する場合もございます。
日食協ホームページは <http://homepage3.nifty.com/nsk-nhk/> です。
 - ③ 交換手段(Eメール等の利用有無)については、企業間で取り決めしてください。

以上

価格改定データ 2006年5月酒税法改訂用分類コード表

【現行】

旧大分類名	旧大分類コード	旧中分類名	旧中分類コード
清酒	0		0
合成清酒	1		0
焼酎	2	甲類	1
		乙類	2
みりん	3		0
ビール	4		0
果実酒類	5	果実酒	1
		甘味果実酒	2
ウイスキー類	6	ウイスキー	1
		ブランデー	2
スピリッツ類	7		0
リキュール類	8		0
雑酒	9	発泡酒	1
		粉末酒	2
		その他の雑酒	3

【改定後(あくまで案です)】

新大分類名	新大分類コード	新中分類名	新中分類コード
発泡性酒類	1	ビール	1
		発泡酒	2
		その他発泡性酒類	3
醸造酒類	2	清酒	1
		果実酒	2
		その他醸造酒	3
蒸留酒類	3	連続式蒸留焼酎	1
		単式蒸留焼酎	2
		ウイスキー	3
		ブランデー	4
		スピリッツ	5
		原料用アルコール	6
混成酒類	4	合成清酒	1
		味醂	2
		甘味果実酒	3
		リキュール	4
		粉末酒	5
		雑酒	6

※1. 新分類は、あくまで現時点で想定できる範囲での案であり、確定ではありません。

※2. このコード体系については、2006年5月の酒税法改訂における価格改定データ受け渡し時のみに使用するものであり、公的なものではありません。

価格改訂データフォーマット

条件欄 ◎:必須 ○:選択必須 △:任意

No.	項目	条件	型	形式	最大長	適用		
1	提供企業コード	○	X(09)	文字	9	JANメーカーコードを入力。無い企業は入力不要		
2	提供企業名	◎	X(15)	文字	15			
3	メンテ区分	◎	X(1)	文字	1	変更の'2'のみ		
4	商	○	X(13)	文字	13	設定していない場合不要		
5	品	◎	X(13)	文字	13	8桁(短縮)・12桁(UPC)も可能		
6	コ	○	X(13)	文字	13	設定している場合必須		
7	ド	○	X(13)	文字	13	設定している場合必須		
8	荷姿コード	○	X(2)	文字	2	設定している場合必須		
9	物流シンボルコード	○	X(16)	文字	16	設定している場合必須		
10	SDPコード	○	X(07)	文字	7	設定している場合必須		
11	商品名(漢字)	◎	X(50)	文字	50	漢字25字		
12	商品名(カナ)	△	X(50)	文字	50	カナ		
13	容器形態	○	X(40)	文字	40	瓶・缶等を全角文字で		
14	容量単位	△	X(2)	文字	2	MLと表記		
15	内容量(ml)	◎	9(09)	数値	9	mlで表現		
16	ケース当り入り数	◎	9(04)	数値	4			
17	容器保証金抜き	旧	生産者価格(ケース)	◎	9(7.9(2))	数値	10	
18			生産者価格(本)	◎	9(7.9(2))	数値	10	
19			生産者価格(ケース)	◎	9(7.9(2))	数値	10	
20			生産者価格(本)	◎	9(7.9(2))	数値	10	
21			生産者価格(消費税区分)	△	X(1)	文字	1	外税:スペース 内税:1
22			メーカー希望標準卸価格(ケース)	△	9(7.9(2))	数値	10	
23			メーカー希望標準卸価格(本)	△	9(7.9(2))	数値	10	
24			メーカー希望標準卸価格(消費税区分)	△	X(1)	文字	1	外税:スペース 内税:1
25			メーカー希望小売価格(ケース)	△	9(7.9(2))	数値	10	
26			メーカー希望小売価格(本)	△	9(7.9(2))	数値	10	
27	メーカー希望小売価格(消費税区分)	△	X(1)	文字	1	外税:スペース 内税:1		
28	容器保証金(瓶)	○	9(5)	数値	5			
29	容器保証金(函)	○	9(5)	数値	5			
30	容器保証金(樽)	○	9(5)	数値	5			
31	生産者価格増減税額(1本当たり)	◎	S9(7.9(2))	数値	10	サイン付 (06.03.07 9(7)9(2)→S9(7.9(2))に変更)		
32	生産者価格差(1本当たり)	◎	S9(7.9(2))	数値	10	サイン付 (06.03.07 9(7)9(2)→S9(7.9(2))に変更)		
33	生産者価格差(1ケース当たり)	◎	S9(7.9(2))	数値	10	サイン付 (06.03.07 9(7)9(2)→S9(7.9(2))に変更)		
34	容器保証金込み	新	生産者価格(ケース)	◎	9(7.9(2))	数値	10	
35			生産者価格(本)	◎	9(7.9(2))	数値	10	
36			生産者価格(ケース)	◎	9(7.9(2))	数値	10	
37			生産者価格(本)	◎	9(7.9(2))	数値	10	
38			メーカー希望標準卸価格(ケース)	△	9(7.9(2))	数値	10	
39			メーカー希望標準卸価格(本)	△	9(7.9(2))	数値	10	
40			メーカー希望小売価格(ケース)	△	9(7.9(2))	数値	10	
41			メーカー希望小売価格(本)	△	9(7.9(2))	数値	10	
42			アルコール度数	○	9(3.9(1))	数値	5	
43			アルコール度数付記	○	X(6)	文字	6	未満・以上等を漢字3文字で
44	発泡性有無	○	X(1)	文字	1	【有り:1 無し:0】		
45	大分類(新)	◎	X(20)	文字	20	漢字10字(国税庁改正の表現にて)		
46	中分類(新)(該当する種類)	◎	X(50)	文字	50	漢字25字(添付資料参照)		
47	種類・品目コード(新)	◎	X(2)	文字	2	上記分類に相当するコード(別紙参照)		
48	大分類(旧)	◎	X(20)	文字	20	漢字10字(現体系の表現にて)		
49	中分類(旧)(該当する種類)	◎	X(50)	文字	50	漢字25字(添付資料参照)		
50	種類・品目コード(旧)	◎	X(2)	文字	2	上記分類に相当するコード(別紙参照)		
51	価格適用日	◎	X(08)	文字	8	西暦にて(例:20060501)		
52	卸プライベートコード	△	X(16)	文字	16	卸側が必要に応じて事前セット		
53	ギフト品に入っている本数	○	9(3)	数値	5	当該商品がギフト品に何本入っているか		
54	依頼企業名	○	X(15)	文字	15	データ提供を依頼する卸の会社名		

※1. データは、Excelで扱える形式(CSV等)で提供願います。

※2. CSV形式でのデータ交換時は、1桁目が【0】(ゼロ)の桁落ちがしないような取り込みが必要です。

※3. 文字形式の項目で桁数不足の場合は、左詰めとしてください(8桁短縮JAN等)

※4. 容器保証金が無い場合は、「込み」も「抜き」も同じ単価を設定してください。

※5. ギフト品は、下記の対応をお願い致します。

①ギフト品自体は、通常商品と同じファイルに情報を入れてください。(当データフォーマット使用)

②さらに、ギフト品とギフトに入っている商品(酒類が含まれる商品)についての情報を、上記①とは別のファイルにて提供願います。

③上記②のファイルは、ギフト品とその中の商品が紐付けられるよう、**ギフト品の直後に中身の商品を記載**願います。

例) ○○ギフトセット A-30 (この中には □□ビール 350ml缶 6本・△△ワイン 720ml 1本が入っている)

1 データ目: ○○ギフト セット A-30 の情報

2 データ目: □□ビール 350ml缶 の情報

3 データ目: △△ワイン 720ml の情報

4 データ目: XXギフト セット A-50 の情報

5 データ目: 上記A-50の中身の情報

以降はこの繰り返し

④ギフト品に入っている商品についても、当データフォーマット項目(該当する箇所)で提供願います。

⑤項番No53「ギフト品に入っている本数」は、この商品が当該ギフト品に何本入っているかを記載願います。

上記③の例では 2データ目の「ギフト品に入っている本数」は、「6」

3データ目の「ギフト品に入っている本数」は、「1」

平成18年 月 日

価格改定データ提供依頼書

ご提供企業名

殿

価格改定データの提供をお願い申し上げます。

依頼企業名

印

【依頼者記入欄】（上記のご提供企業名、依頼者名も記入してください）

1. 依頼者連絡窓口

担当者名 _____ 所属 _____

電話番号 _____ F A X _____

Eメール _____

依頼者記入欄

【ご提供者記入欄】

依頼社名

殿

1. 提供予定日 _____ 月 _____ 日

2. 提供予定媒体・方法 _____

3. 媒体返却の必要性 返却の必要あり 返却の必要なし

4. ご提供者連絡窓口

担当者名 _____ 所属 _____

電話番号 _____ F A X _____

Eメール _____

時代にあった新商品の開発を

—各地で賀詞交換会—

1月5日（木）東京・丸の内パレスホテルにおいて缶詰関係9団体による「缶詰業界新年賀詞交換会」が開催され（当協会は幹事団体）全国の有力製造・販売・容器・関連業者や国会議員、農林水産省など関係官庁、食品産業関係者ら500余人が出席した。

（社）日本缶詰協会会長 後藤康雄氏（はごろも缶詰㈱）が主催団体を代表して開会の挨拶を行った。「昨年は若手職員と会員企業の協力を得て『2010年ビジョン』を策定した。同ビジョンでは缶詰食品を軸として周辺加熱処理包装食品分野までサービスを広げ、会員各社の多様なニーズに対応し、一層の信頼関係を築くことを目指している。それを実現するために4つのテーマを設けた。第1は前例にとらわれることなく既存事業の見直しを図り、効率運営を実現すること。同時に会員からのニーズの高い新規分野への取り組みを強化していく。第2は会員企業とのコミュニケーションを強化し、

一層の信頼関係の構築に努めていく。第3は財務内容の健全化と体質の強化を進める。第4は組織・人事体制を整備し、より質の高いサービスを実現する。また今年の4月から新たに農産部会が発足して従来部会と合せて5部会制となり、さらに充実した活動を展開していく。平成19年に日本缶詰協会は創立80周年を迎える。この機会をとらえ、缶詰・瓶詰・レトルト食品の特性である安全性、経済性、利便性、環境にやさしい点などを従来以上にPRし需要の拡大を図るとともに、当会研究所の力を活用しながら消費者のニーズに合った新製品開発の支援に積極的に取り組みたいと考えている。」と述べた。ついで中川昭一農水大臣（内藤邦男 農林水産省総合食料局 次長 代読）は「缶・瓶詰・レトルト食品の歴史は、我が国の食品業界の歴史そのものである。そして、これは消費者が求める安全と満足に訴えるための努力の歴史であり、我が国の加工食品は保存性、利便性、機能性、安全性などに関するアイデアの宝庫である。今後とも更なる品質、技術の向上に努めるとともに、一層の安全性の確保が図られることを期待する。」と祝辞し、このあと当協会会長 國分勘兵衛氏（国分㈱）が「小家族化の時代、これからはできるだけ使い残しのない、小容器が良いのではないかと思う。商品開発その他で努力をお願いします。」と乾杯の挨拶をおこない祝宴に入った。

一方、関西において近畿支部は、同じ1月5日（木）太閤園で、「大阪食品業界新春名刺交換会」を大阪府食品卸同業会、食品新聞社の3団体の主催で開催した。食品新聞社社長 大井眞氏の開会挨拶のあと、主催者を代表して大阪府食品卸同業会会長 米谷晴生氏（㈱大トウ）は「昨年まで続いてきた大型小売店の優位性も行政からの支援などで改善の方向に向かってきた。今後も公正・公平な商取引の実現に向け、食品卸同業会は一丸となって努力していきたい。」と挨拶した。引き続き来賓を代表して進藤眞理 近畿農政局局長は「昨年、新たな食料・農業・農村基本計画を策定し、消費者の立場に立った政策推進を基本として、今後の農政

の取り組むべき課題や施策が示された。これにより自給率の向上を推進していくため、食育や地産地消などを国民的運動として推進するとともに、意欲と能力のある農業の担い手の育成・確保に重点的に取り組む。

また、食料の安定供給や地域経済の活性化に重要な役割を果たす食品産業においては、競争力強化のための新技術の開発や流通の効率化とともに農業との連携を推進したい。」と述べた。続いて当協会 近畿支部長代行の佐藤 進氏（伊藤忠食品㈱）が乾杯の発声を行った。第40回となる本年の出席者は222社から750人余りで、華やかな雰囲気のもとで賀詞交換が行われた。

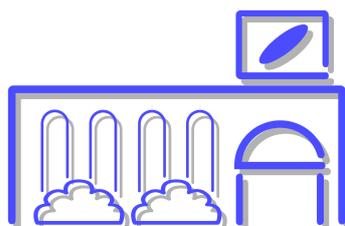
九州地区においては九州・沖縄支部の「新年交礼会」が1月5日（木）、ホテルオークラ福岡で開催され、福岡県の主要卸はもとより、九州地区卸同業会、商社、メーカーなど500名が出席し、新年の始まりを祝った。九州・沖縄支部支部長 本村道生氏（コゲツ産業㈱）は「昨年は政治面では郵政解散、自民党圧勝で終わり、これは国民が改革を望んだ結果だ。経済面では大手企業の業績改善で、日本経済を引っ張っている。しかし、地域、業種に差があり、当食品業界は厳しい状況にある。流通面では昨年末、セブン&アイ・ホールディングスによるそごう、西武百貨店などの経営統合など大きなニュースが舞い込んだ。今年は流通再編元年となる。この中で、当会がどうあるべきか。昨年のマンション偽装問題は利益追求の極地であり、大規模小売業告示などが発令されたのも必要とされる一面であろう。安心、安全、健康をテーマに、社会的責任を遂行することが、当会の発展、ひいては各企業の発展に繋がる。これからもご支援、ご協力をお願いする。」と挨拶した。続いて賛助会員代表として味の素㈱九州支社支社長 品田英明氏が「昨年は福岡に西方沖地震をはじめとして、全国で災害が発生。列車事故、凶悪事件など社会不安が高まった年であった。経済では確実に景気回復基調に入り、九州経済も緩やかな改善傾向と発表されている。初売りも好調のようだが、原材料、物流費の高騰、消費税増税気運、鳥インフルエンザ、低価格など当業界では不安材料が多い。昨年からの人口減少、少子化などが進んでいるが、食品産業は命を守り、育む産業であり、企業倫理にもう一度立ち返り、企業発展は社会発展がなければありえないということを肝に銘じるべきだ。今年も商品開発、メニュー提案の推進、食育も重要だ。競争を超えたコラボレーションによる市場創造も必要になった。『暗闇で頼りになるのは自分だけだ。』企業の強み、価値でこの難局を乗り切りたい。先の見えにくい時であるが、商品価値、人材価値を磨き、たくましく元気に歩んでいきたい。」と挨拶した。

北海道支部では、1月6日（金）札幌ガーデンプレイスで加工食品業界新年交礼会を開き、支部会員、賛助会員など300名が参集した。北海道支部長 村山圭一氏は（㈱スハラ食品）「製造業の一部で明るい兆しが出ているが、地方経済は回復できていない。さらに北海道の経済だけが全国と比べ遅れている。昨年はM&Aの時代に突入、ホリエモン、村上ファンド、楽天など話題が出てきて会社は誰のモノか問われている。拝金主義、それで良いのかなと疑問を感じる。今、全て損得、勝ち負けで判断される。何でも2極化で表現されるがどうなのか。一方で日本の人口が減少に転じた。これは予想より2年も早く、北海道は減少率で全国一早い。また、小売と卸の再編のスピードが速まっている。小売の再編に引きずられて卸も再編が進んだ。次のステップではメーカーの再編に行く。道内は非常に激しく、全国よりもグループ化が

進展。過当競争から価格競争になり利益が減少、そのツケがメーカーや卸に来るという悪循環はしばらく続きそうだ。この中で食品業界の大転換が起こりそう。意識改革で売り上げ至上主義から脱却し、付加価値をつけること、もう1つは北海道は食材で日本一の宝庫、それを本州や海外へ発信していくことが元気にする近道。北海道支部としても製販配3層にメリットのある活動をしていきたい。」と挨拶した。続いて賛助会員世話人代表の北海道味の素(株)社長の今井良輔氏は「昨年赴任して初めての越冬。体験してみると相当やっかいなモノ。正月、新春のスポーツ番組を見ると箱根駅伝のタスキは、例えば商品で、流通や消費者へどんどん渡っていく。スーパースターが一人いても持たない。生産者、流通、消費者が必要。サッカーやラグビーも企業と一緒に、監督、ヘッドコーチ、選手一人一人が自分の役割を確認して実行していく。この中で各チームは何か工夫している。北海道は全国と比べてまだまだ景気回復が遅れている。製販配3層、みんなでしっかり成長していくことが大事。」と語った。中締めは山本佳宏副支部長（日本アクセス北海道(株)）が「今年は戌年。犬は多産で、人口問題や少子化に少しでも回復を期待したい。」と結んだ。

第19回 異業種交流委員会開催

平成18年2月24日（金）午後2時から、日本橋浜町の金物会館ビル4階会議室において、第19回異業種交流委員会が開催された。今回の主要議案は「大規模小売業告示」施行後の状況に関する情報交換であり、各異業種卸から「大規模小売業告示」が各小売団体や小売業に与えた影響や反応について意見が述べられた。総じて施行以降、大きく変わったのは労務提供要請の問題で、労務提供要請の際は、要請文書を発行したり、派遣に関する覚書を交わしたり、卸あるいはメーカーからは承諾書を出させる小売業が多くなってきたとの情報が多かった。ただ内容的には小売業によってバラツキが相当あるように感じられた。業態的にはGMSは規定を明確化しているがドラッグストアやホームセンター、ディスカウントストア等是对応が遅れているし、都市部と地方でも温度差があるとの情報が多く出された。尚、「大規模小売業告示」施行に伴う「商慣行改善要望文書」を昨年11月に異業種卸7団体の連名で各小売団体へ送付しているので参考とされたい。



平成17年11月7日

日本チェーンストア協会
会長 佐々木 孝治 様

全国菓子卸商業組合連合会
全国家庭紙同業会連合会
全国化粧品日用品卸連合会
東京金物卸商協同組合
(社)日本加工食品卸協会
(社)日本医薬品卸業連合会
東京医療用品卸商協同組合
(公印略)

「大規模小売業告示」の施行に伴う取引慣行の改善方をお願い

謹 啓

貴日本チェーンストア協会におかれましては、ますますご盛栄のこととお慶び申し上げます。

平素は、貴協会傘下の小売企業に対して納品を行う私ども団体傘下の卸企業とのお取引を通じて、格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、ご高承のとおり、本年11月1日から「大規模小売業告示」が施行されました(別紙)。

同告示は、商取引において、大規模小売業者による納入業者への優越的地位の濫用行為が行われる結果、市場メカニズムに基づく公正な取引が阻害されて消費者の利益が損なわれることから、同行為を効果的に規制するために、これまでの「百貨店業告示」を見直し、取引の実態に則した新たなルールとして制定されたものです。

同告示により、大規模小売業者が納入業者に対して行う次の10の行為が、優越的地位の濫用行為として禁止されました。

- ① 不当な返品 ② 不当な値引き ③ 不当な委託販売取引
- ④ 特売商品等の買い叩き ⑤ 特別注文品の受領拒否
- ⑥ 押し付け販売等 ⑦ 納入業者の従業員等の不当使用等
- ⑧ 不当な経済上の利益の收受等 ⑨ 要求拒否の場合の不利益な取扱い
- ⑩ 公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い

注) 第8項には、物流センターフィー等の流通業務用の施設の使用料について、その額や算出根拠等を納入業者と十分協議することなく、一方的に合理的な負担分を超える額を負担させる行為が含まれています。

私ども卸業としましては、小売業との良きパートナーシップに基づき、消費者のニーズに適う商品を効率的にお届けできるよう、努めてまいります。

従いまして、同告示の施行を契機に、現在、小売業と卸業の間でみられる不適正な取引慣行の是正に努め、適正な競争環境を確保すべくコンプライアンスに努めてまいります。貴協会におかれましても、同告示の趣旨を踏まえ、傘下の小売業者が同告示で禁止される行為を行うことのないようにご指導下さいますようお願いいたします。

本告示の施行に当たり、不適正な取引慣行の是正について、ご理解、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

謹 白

ご案内

日食協では現在、下記のようにホームページを開設しておりますが、このたびホームページ内に「お知らせ」欄を設けました。

これは関連官庁、団体よりの情報をいち早く、タイムリーに会員の皆様にご案内するものであります。今後必要と思われる情報を入手次第、ホームページに掲載してまいりますので、ご覧いただきますれば幸いです。

(社)日本加工食品卸協会 ホームページ
アドレス <http://homepage3.nifty.com/nsk-nhk/>

社団法人 日本加工食品卸協会

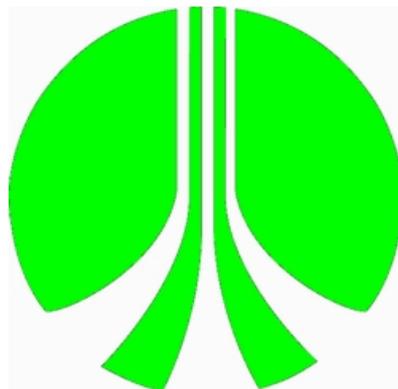
[Top Page](#) [事業計画・報告](#) [定款](#) [会員名簿](#) [酒類食品業界卸店メーカー
企業間標準システム](#) [SKDBC関連](#)

お知らせ クリック

■平成17年1月16日 「食品自給率向上推進かわら版11月号」
農林水産省総合食料局流通課

■平成17年度 流通情報システム化全国セミナー
財団法人流通システム開発センター

■平成17年12月15日 高原病性鳥インフルエンザに関する正しい知識の普及等について



郵便番号 103-0022
東京都中央区日本橋室町2-5-11 江戸ビル4階
社団法人 日本加工食品卸協会
TEL 03-3241-6568 FAX 03-3241-1469

まちづくり三法見直しに関して

昨年12月21日、「まちづくり三法」（改正都市計画法、中心市街地活性化法、大規模小売店舗立地法）の見直しに関する与党案が合意されたことを受けて、今通常国会で延床面積1万㎡を超えるSCなど大型店の郊外出店を原則禁止することなどを盛り込んだ中心市街地活性化法及び都市計画法の改正案が提出されることになった。与党合意案は白地地域（土地利用規制や行為規制などの規制が全くない地域。都市計画区域内において用途地域指定のない土地をさすこともある）や都市計画区域外の農地、工業地域に立地する工場跡地などへの大型店の出店を禁止する内容となっている。大型店の出店地域を原則として都市計画法で定める商業地域、近隣商業地域、準工業地域に限定するとともに、中心商業地域に位置する大型空き店舗への出店促進に向け大店立地法に規制を実質撤廃するといった項目も盛り込むことで、大型店を街中心部の商業地域などに立地させるよう規制する狙いがある。自治体が商業地域を指定するなど、都市計画法上の用途地域指定を変更すれば建設が認められる可能性はあるものの、現実的には延床面積1万㎡を超えるような郊外型大型店の出店は今後、大幅に制限されることになるものと考えられる。こうした動きを受け、大規模小売業者各社は新規の出店から既存店の改装にシフトすることが考えられる。以下、「まちづくり三法」に関する内容を掲載する。

まちづくり3法

戦後高度経済成長期と平行して増加し続けていた日本の人口は、これまでの国立社会保障・人口問題研究所による「人口自然減は2006年から」という予測（H15年12月発表）よりも早く、昨年12月に公表された厚生労働省の人口動態統計の年間推計によれば2005年から既に人口減少が始まっています。これは、統計を取り始めた1899年以来初めての「自然減」となるものです。日本の経済は20世紀に農耕社会から工業化社会へ変化を遂げました。21世紀に入ってからITを中心とした産業が大きく成長し、高度成長時代に産業誘致に求められた農地山林を切り崩すような広大な土地開発の必要がなくなってきました。こうした背景の下、これからは社会の環境変化に対応した戦略的な「まちづくり」を如何に行っていくかに注目が集まっております。これを受けて新たな方向性を示す「まちづくり3法」の見直しをする動きが活発化しています。今回はこの「まちづくり3法」について取上げてみたいと思います。

1. まちづくり3法とは

①まちづくり3法概要

まちづくり3法とは、「中心市街地活性化法」、「改正都市計画法」、「大規模小売店舗立地法」の3法を指す（以下に概要を説明）。

かつて伝統的な中心市街地は各地域の機能が集中し、文化・伝統を継承する中心だった。しかし大型店や様々な施設が土地のある郊外へ進出し集客力を発揮することでまちの郊外化が進行。結果として中心市街地はかつての賑わいを失い90年代には空洞化が進むことになる。

こうした問題に対応するべく、政府では中心市街地の更なる空洞化を防ぐことを目的として1998年に中心市街地活性化法を含む「まちづくり3法」を整備した。政・官・民が一丸となって中心市街地の活性化に取り組んできたもの。

◆中心市街地活性化法概要

1998年7月施行。

正式名称は「中心市街地における市街地の整備改善および商業等の活性化の一体的推進に関する法律」。

空洞化が進む中心市街地の活性化を図ることを目的としている。経済産業省、国土交通省、総務省が中心となり、中心市街地活性化を目指し総合的対策を講じるために作られた。

◇ 市町村が中心に

各地域の特色や住民・事業者の意向を反映し、各々が個性を持ったまちづくりを行うため、市町村の役割を重視する。

◇ 市街地の整備改善と商業活性化を一体推進

民間企業を活用し、市街地の整備改善と商業の活性化を同時に推進する。

◇ 基本計画を策定

国が市町村の策定する基本計画の指針となる「基本方針」を策定。それを踏まえて、市町村が条件を満たす区域を「中心市街地」として定め、活性化のための「基本計画」を作成する仕組み。

(一般的に中心市街地と定められる区域は1市町村に1ヶ所)

◇ 基本計画に基づく事業の実施

土地区画整理、市街地再開発、道路・駐車場・公園などの都市基盤施設整備、魅力ある商業集積の形成など商業活性化のほか、必要に応じた公共交通の利便性向上、電気通信の高度化など、包括的基本計画に基づいて推進する。

この法に基づき、各地で様々な中心市街地活性化推進事業が行われている。例えば神奈川県横浜市では、開港以来歴史と文化を伝えてきた関内・関外地区にスポットを当て取り組みを行った。この関内・関外地区は推進事業展開前は商業、観光、官公業務機能の低下と中心市街地としての衰退が見られていた。そのため横浜市は本法律に基づき、2000年5月に基本計画を策定。2001年3月に横浜商工会議所が基本計画を踏まえた中小小売商業高度化事業構想を策定し、同5月に横浜市が認定したことを受けて、構想に基づいた実施に支援を行っている。

◆改正都市計画法概要

1998年11月施行。

市町村総意の下、地域住民の意向を踏まえ地域の実情に応じたまちづくりを推進することを目的とした法律。

それまでの都市計画法は急激な都市化による無秩序な市街地拡大を防止し、市街化を計画的に進めることを目的として1968年に制定された。改正都市計画法は、法制定後30年の経過を鑑み、地域の実情に応じたまちづくりを進め、地方公共団体である市町村が主体となることで地域の自主性を尊重。地域特性を活かした都市計画策定で、都市計画の地方分権を図ることを目的として作られた法律。

これまで文教地区、中高層階住宅専用地区など11種類に限定された「特別用途地区」の種類を廃止し、市町村が種類・目的を柔軟に定められるようになった。これにより、市町村がアイデアを活かしたまちづくりが実現できるようになったもの。

◆大規模小売店舗立地法概要

1998年10月施行。2000年5月最終改訂、同6月施行。

大型店立地に際して、周辺住民の生活への影響に配慮し、社会的な規制を実施することを目的とした法律。GMSやHCなどの大型店が出店すると、来客や物流などによる交通渋滞や騒音など周辺の生活環境に影響が発生してくる。このように周辺地域の生活環境が悪化させないため大型店出店や簡保拡張時に住民等の意見を聞き、地域実情に合わせ、大型店設置者に適切な配慮を求めることを定めた法。

◇ 対象となる大規模小売店舗

建物内の店舗面積（小売業を行う床面積）の合計が1,000㎡を超える店舗。

◇ 周辺の生活環境に対する配慮

1999年6月に経済産業大臣が公表した具体的基準に則る。

・ 交通対策

具体例としては駐車場の収容台数や混雑する土日の運営体制や周辺における歩行者への安全など

・ 騒音対策

具体例としては小売店や来店客のみならず、業務用車両などが齎す騒音への配慮など

・ 廃棄物の適正保管

具体例としては周辺へのゴミ対策、周辺の緑化計画へなど地域環境への配慮など

・ 景観への配慮

具体例としては看板やネオンといった目を引くものが地域の景観へ与える影響への配慮など

2. 「まちづくり3法」の見直し

まちづくり3法制定から7年が経過し、市町村では制度を活用しつつ中心市街地活性化に取り組んではいるが効果が上がっているケースは少なく、中心市街地の状況は余り改善されていないのが現状。また、98年以降に施行されたまちづくり3法は、用途地域を定め中心地への出店を規制したため、皮肉なことに郊外への大型店（1,000㎡超）出店に拍車をかける結果になってしまった。2000年は200件だった大型店出店届出数は年々増加し、2003年、2004年は700件を超えた。このような状況に政府与党である自由民主党は2004年11月に「まちづくり3法見直し検討ワーキングチーム」を設置。有識者ヒアリングを実施し、中心市街地衰退の原因追及、新たな環境変化の認知、今後の方向性などに関する議論を重ねてきた。その結果、2005年12月「まちづくり3法見直しに関する最終取りまとめ」を発表、2006年の通常国会に提出する予定となっている。

① 見直しの動き

◆見直しの理由

検討ワーキングチームの見解によると、1998年のまちづくり3法制定後も、郊外住居の

開発、車社会の進行、公共公益施設の移転、大規模集客施設などの郊外開発による「まちな市の郊外化」、事業者の努力不足、地権者の協力不足、住民・消費者ニーズとの乖離による「中心市街地自体の魅力低下」などが中心市街地の空洞化を進行してきたという。また、経済の中心がITサービス産業に変わり、高度成長期のように工業団地など多くの土地の必要がなくなったという現状がある。更に現実となった人口減少などの状況に対応するため、制度改革が必要だと主張しているもの。

◆取組みのポイント

検討ワーキングチームによると、各地の中心市街地を真に活性化させていくためには以下の7つの方向性が効果的と考えられている。

◇ 基本理念の創設、責任体制の明確化

これまでの「中心市街地活性化法」の目的である市街地の整備改善と商業などの活性化を見直す。改正案は郊外化（拡散型都市構造）にブレーキをかけると同時に、中心市街地の賑わいを取戻すためコミュニティとしての魅力構造、都市構成要素の集積などを目指していく方針。

また役割についても国、都道府県、市町村、民間の責務を明確にしていくことが重要。

◇ ゾーニング強化と広域規制の導入

適正な都市機能を立地誘導するため、用途目的やその地域が担う機能に応じてまちを区分し、区分毎に規制を設ける「ゾーニング」を強化し、土地利用規制を郊外型から都市へと転換させる。但し、大型商業施設などの都市機能を中心市街地以外から締め出すことを意図するのではなく、適切な立地をまちづくりの中で決定していこうとするもの。

◇ 農地関連規制の強化

これまで都市計画区域外の農地は、農地から転用された場合どの省の土地利用規制にも及ばず大型店が無秩序に出店されてきた。改正案ではこの点を改善し、秩序を持った規制を行っていく方針。

◇ 商業空間から生活空間としての中心市街地再生へ

質の高い「生活空間」形成を目標に、生活者の視点から住宅、事業所、文化施設、公共施設など都市構成要素を中心市街地に配置し、かつ効率的な手法を活用する。

中心市街地の衰退は既存商店などの経営努力不足という厳しい指摘も忘れることなく、関係者が努力し、それを支援する。

◇ 予算に関する選択と集中の強化

合計1兆円にも上る各省庁が持つ中心市街地活性化関連予算は、これまで用途目的が中心市街地活性化に限定されていなかったが、それを改めると同時に各省庁が連携を強化し、効率的・効果的な支援を実施していく。

◇ 税制等の支援措置

財政、金融支援以外にも中心市街地活性化を行う民間事業者や土地の有効活用に積極的な地権者に対して、所得税、法人税、固定資産税、不動産所得税などの支援措置をとる。

◇ 地域における中心市街地活性化の推進

中心市街地活性化には地域全体を見渡した総合的な取り組みが必要。

◆ 施行までの手続き

1月に始まった通常国会で自民党が改正案を提出し、議論を進めていくことになる。また、今後商工会議所のほか、市町村が指定する公益法人などが参加する新たな協議機関を設置する方向で動いている。政府与党である自民党は2007年施行を目指しているもの。

② 見直しの動きに対する反応

◆ 産業界の視点から

◇ 経団連の反対、日本商工会議所の推進

今回の政府与党のまちづくり3法見直し案の中心は、郊外への大型店出店を法で規制し、中心市街地に誘導することにある。こうした政府与党、国土交通省、地方公共団体の動きに対して、大企業で構成されている日本経団連は、工場跡地などへの大型商業施設の進出を規制する、土地の有効活用を妨げる法の見直し案はおかしいと反対している。

これに対して、見直し案推進派の日本商工会議所（まちの商店街経営者などが加盟している商工会議所の組織）は、大型店が郊外に出店することで中心市街地が寂れてしまうとして、見直し案にあるような規制が必要と主張する。

このように産業界は「まちづくり3法見直し」に関して大企業の経団連vs中小企業の商工会議所という図式で意見が真二つに割れている状況。

◇ 小売業界

◇ 日本チェーンストア協会（JCA）

全国に大型店を展開してきた中心的存在であるチェーンストア企業の業界団体であるJCAでは、基本的に経済産業省が示した中間報告の方向性に同意している。しかし一方では、都市計画手続きや運用に中立的な立場の消費者代表を加えること、迅速性・公平性・透明性を確立することを求めていくと表明している。

◇ 小売業動向

経済産業省によると2005年4月～2006年3月の大型店の出店届出数は前年比でややペースダウンしているというもの。2005年10月現在397件となっており、05年9月単月では大店立地法施行の2000年6月以降最高の98件が届けられたという。

このように大型店の出店は現在も活発に行われているが、まちづくり3法見直しが実現し、2007年に法が施行されることになれば、企業の大型店戦略の見直し、新法への対策が行われることになる。現在考えられる小売業の対策としては法施行前の駆込み申請があり、それによってこれまで以上に広域間での競争が激化する可能性を孕んでいる。

新法施行後は、既存店との競争を覚悟した中心市街地への出店が行われることになるが、今まで郊外で展開してきたものとは明らかに異なったノウハウが必要となってくる。こうした背景の下、既存店とのM&Aも戦略の一つとして考えられるのではないかと見られている。

また、実際イオングループの岡田社長は、大型店だけを狙い打ちした形の「まち

づくりの名を借りた中心市街地の既得権保護」とまちづくり3法の見直し議論を批判する一方で災害時の地元支援など大型店が担う地元インフラの役割認識などを強調している。また改正案成立後の対策としては、今より更に地域に溶け込み消費者に支持される店作りを進めると共に、地域自治体や住民の理解を得られるよう関係強化を図っていく方針を明らかにしているもの。加えて2005年末にはJR東日本と駅周辺の商業開発についての協力で合意、市街地出店を見据えた取組みも始めているという。

◆消費者の視点から

まちづくり3法の改正は、規制緩和とは逆行した規制強化の内容となっており、消費者にとって郊外の大型店規制などにより買物する場が減る＝利便性が落ちるということでは本末転倒となる。本来まちづくりは地域で生活する住民が最優先に考えられるべきものだが、商業者を中心とした見直し機運への非難の声が上がる一方で、規制緩和に抗った大型店の立地規制は理解され難いのが現状となっている。消費行動が多様化する現在、郊外の大型店だけを規制することで本当に中心市街地が賑わいを取戻せるかどうかにも知識層も含め疑問の声があがっているもの。

③ケーススタディー 福島県商業まちづくり条例

政府のまちづくり3法見直しに先駆けて、2005年10月13日に福島県議会は知事が提案した「商業まちづくり条例」を全会一致で可決し、2006年10月1日施行の予定となっている。政府のまちづくり3法見直し同様、中心市街地空洞化に歯止めをかけることを目的とした条例で、大型店（売場面積6,000㎡以上）の郊外出店計画に関して市町村の意見を聞き、地域商店街に影響があると認めた場合、県が出店計画見直しを求めることができるというもの。

条例の基本的な考え方は、「歩いて暮らせるコンパクトなまちづくり」、「環境への負荷の少ない持続可能なまちづくり」の大きく分けて2つとなる。

この条例に対する反応としては、大型店を展開する流通企業では憲法違反の恐れがあることを指摘した上で「国の経済にもいい影響はない」と反発しているもの。

また、自治体の中にも、郊外型の大型店を規制すれば中心市街地に活気が戻るという考え方は現実的ではないとして、地方大都市や東京に流れる客を引止めるためにも魅力ある郊外店の必要性を訴える反対の声があることも現実。

福島県の「商業まちづくり条例」はこのように一般的に大型店の規制強化ととられがちだが、行政担当者によると、「大型店を抜きにしたまちづくりは考えられない」とした上で、大型店の適正な配置を目指した条例であると説明しているもの。本年10月施行に向け、今後の動向が注目されている。

様々な環境変化の中で、今、まちづくりの根本が問われています。人の営みの中心は衣・食・住であることを大前提に、人が暮らすために必要なインフラやサービスを展開する「まち」が社会環境に合わせて発展していくことが大命題です。そのためにも消費者でもある住民とともに、商業者・市町村が協力し、中心市街地・郊外を問わず、各地域が自分たちのまちの未来を決める仕組みを構築する時期に来ています。

食品流通業界にとっては消費者と向き合うための大切な枠組みであるだけに、大きな注目が寄せられるところです。

(国分ビジネスサポート株式会社 Word-Clippingより掲載)

大豆及び大豆イソフラボンに関するQ & Aについて

食品安全委員会で、大豆イソフラボンを含む特定保健用食品の安全性評価の基本的な考え方を、現在検討中です。

大豆イソフラボンは、ヒトの女性ホルモンと類似の構造を持つので、ヒトの体内に吸収されると女性ホルモンに似た作用を示すことが期待されています。しかし、大豆イソフラボンが、摂取量によって有効な作用をする場合もあれば、有害な作用をする場合もあることも報告されています。

農林水産省では、大豆、大豆食品及び大豆イソフラボンについての情報を、国民の皆様の健康の増進に役立てていただきたいと考え、大豆及び大豆イソフラボンに関するQ & Aを作成しましたので、情報提供します。

【大豆に関するもの】

問1：大豆にはどのような種類がありますか？

- ① 大豆には、大きさの大・中・小や、色の黄・白・黒・緑などにより数多くの種類があります。日本国内では、豆腐、煮豆、納豆、みそなどの加工用途別に様々な大豆が栽培されており、用途別の主要な品種は次のとおりです。

主な用途	主な品種	特徴
豆腐	フクユタカ、エンレイ、リュウホウ、スズユタカ	タンパク質含量が高い
煮豆	タチナガハ、ミヤギシロメ、トヨムスメ、丹波黒	大粒で外観・品質が良い
納豆	納豆小粒、スズマル	小粒又は極小粒で外観・品質が良い
みそ	タマホマレ、キタムスメ	大中粒

- ② 外国から日本に輸入される大豆の多くは油糧用ですが、豆腐、納豆などの加工食品用もあります。

問2：大豆にはどのような成分が含まれていますか？

大豆には、主要な成分としてタンパク質、炭水化物、脂質のほか、ミネラル、ビタミン、カルシウムなどが含まれています。また、機能性があると言われている微量成分として、サポニン、レシチン、大豆イソフラボンなどが含まれています。

	タンパク質	炭水化物	脂質	水分	灰分
国産大豆	35%	28%	19%	13%	5%

5訂日本食品標準成分表に記載されている乾燥大豆の可食部100g当たりの比率。

問3：大豆を使った加工食品にはどのようなものがありますか？

日本には「伝統的な大豆食品」として、豆腐、豆腐加工品、ゆば、納豆、きな粉、おから、

煮豆など、また大豆を原料とする調味料としてみそ、しょうゆなどがあります。

また、近年になって消費が伸びている大豆食品として、豆乳、豆乳飲料、調製豆乳などがあります。

大豆加工食品		作り方など	
豆腐類	豆腐	もめん豆腐	大豆から熱湯によりタンパク質などの可溶成分を抽出したものの（豆乳）に凝固剤（にがりなど）を加えて凝固させたものを崩し、型箱に移し、圧搾、成型したもの
		きぬごし豆腐	豆乳と凝固剤を型箱の中で混合し、全体をゼリー状に凝固させたもの
		充填きぬごし豆腐	豆乳をいったん冷却し凝固剤を混入した後、包装容器に注入密封の上加熱し、全体をゼリー状に凝固させたもの
		焼き豆腐	もめん豆腐を圧搾、水切りした後、焙焼したもの
	油揚げ	油揚げ	もめん豆腐を薄く小さく切って圧搾・水切りし、低温の植物油で揚げたのち、さらに高温の植物油で揚げたもの
		厚揚げ（生揚げ）	もめん豆腐又はきぬごし豆腐を水切りしてから高温の植物油で揚げたもの
	豆腐加工品	がんもどき	もめん豆腐を崩し、水切り後、具（ごぼう、人参など）を入れ、成型し、低温の植物油で揚げたのち、さらに高温の植物油で揚げたもの
凍り豆腐		豆腐を凍結・熟成、解凍、脱水及び乾燥したもの	
ゆば（湯葉）		豆乳を加熱し、表面にできる膜をすくったもの	
納豆	糸引き納豆	蒸煮大豆に納豆菌を植え付け熟成させたもの	
きな粉		大豆を煎って粉にしたもの。駄菓子や団子、わらびもちなどにかけて食べる	
おから		豆乳を作ったときの絞りかす	
みそ	米みそ 豆みそなど	蒸煮大豆に、こうじ、食塩を混合し発酵・熟成させたペースト状のもの	
しょうゆ	こいくちしょうゆ うすくちしょうゆ など	蒸煮大豆と小麦等を原料とするこうじに、食塩水を加え発酵・熟成させて得られた液体	
豆乳類	豆乳 調製豆乳 豆乳飲料	大豆から熱湯によりタンパク質などを抽出したもの。大豆由来の固形分量や、飲みやすくするための調味料の有無により、豆乳、調製豆乳、豆乳飲料の3種類がある。	
煮豆		大豆を煮込んだもの。海藻や野菜とともに大豆を煮込んだものは、お総菜として食べられている。	

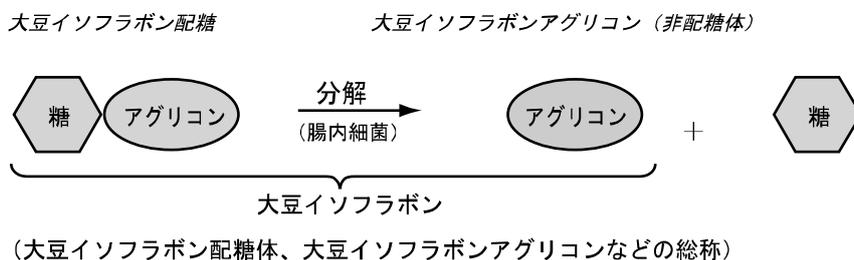
問4：私たちの食事の中で、大豆の位置付けはどうなっていますか？

- ① 大豆は「畑の肉」とも言われているように私たちの体を作るタンパク質の供給源の一つであり、厚生労働省と農林水産省が平成17年6月に決定・公表した「食事バランスガイド」においても大豆を使った料理は、肉や魚、卵料理とともに「主菜」として位置づけられています。また、厚生労働省が推進している21世紀における国民健康づくり運動（健康日本21）において、大豆を含む豆類は、牛乳・乳製品などとともにカルシウムに富む食品として紹介されており、1日100g摂取することが目標となっています。
- ② 豆腐、納豆、煮豆などの大豆食品やみそ、しょうゆなどの調味料は、低脂質、低カロリーの日本型食生活を特徴づけるものであり、伝統食には欠かせない食材として親しまれています。

【大豆イソフラボンに関するもの】

問5：大豆イソフラボンとは何ですか？

- ① 大豆イソフラボンとは、大豆、特に大豆胚芽に多く含まれる複数の化学物質の総称です。大豆イソフラボンは、女性ホルモン（エストロゲン）と化学構造が似ていることから、植物性エストロゲンとも呼ばれます。
- ② 大豆イソフラボンの含有濃度は、品種や栽培環境により変動しますが、普通は乾燥した子実の0.2～0.3%程度です。大豆の子実中の大豆イソフラボンは、その多くが糖が結合した化学物質（ダイジン、ゲニスチンなど。これらを総称して大豆イソフラボン配糖体と言います。）として存在しています。大豆イソフラボン配糖体を食べると大腸において腸内細菌の酵素の働きで大豆イソフラボン配糖体の糖の部分が分離し、糖が結合していない化学物質（ダイゼイン、ゲニステイン、グリシテイン。これら3種類の化学物質を総称して大豆イソフラボンアグリコンといいます）となります。



問6：大豆イソフラボンは、どのような食品に、どのくらい含まれていますか？

- ① 大豆イソフラボンは、大豆を原料とする加工食品のほとんどに含まれていますが、原料大豆の種類や食品の製造方法などによってその含有量は異なります。例えば、日本で一番食べられている大豆食品である豆腐の大豆イソフラボン含有量は、以下のとおりです。

[mg/100g () 内は平均値]		
豆腐の種類	大豆イソフラボン量	大豆イソフラボンアグリコン換算量※
もめん豆腐	32～56(40)	18～32(23)
きぬごし豆腐	26～61(38)	15～35(21)
充てん豆腐	20～352(37)	12～329(21)

(豆腐の品質と衛生) 2004年8月独立行政法人国民生活センター)
 ※大豆イソフラボンアグリコン換算量は、農林水産省による試算値

- ② 大豆、みそ、しょうゆ中の大豆イソフラボンの含有量は、以下のとおりとなっており、食品の種類によって、あるいは同じ種類の食品であっても製品によって、その含有量が違うことがわかります。

[mg/100g () 内は平均値]		
食品の種類	大豆イソフラボン量※	大豆イソフラボンアグリコン換算量
大豆	161.4～352.0(247.8)	88.3～207.7(140.4)
みそ	19.6～92.6(59.1)	14.3～81.4(49.7)
しょうゆ	0.7～1.4(40.9)	0.7～1.2(0.9)

(食品中の植物エストロゲンに関する調査研究) 厚生科学研究(生活安全総合研究事業) 1998年)
 ※大豆イソフラボン量は、農林水産省による試算値

問7：日本人は大豆食品から大豆イソフラボンをどのくらい摂っているのですか？また、外国と比べた場合はどうですか？

- ① 平成14年国民栄養調査(厚生労働省)による大豆食品等の摂取量からの試算によると、平均的な日本人(15歳以上)の大豆イソフラボン摂取量は一日当たり18mg(大豆イソフラボンアグリコン換算値)です。
- ② 昭和50年から平成14年までの国民栄養調査結果によると、大豆食品等の一日当たりの摂取量に大きな変化がないことから、日本人の大豆イソフラボン摂取量は過去30年でほとんど変化していないと考えられます。
- ③ 日本人を含むアジアの人々は、日常の食生活で、欧米人などに比べて様々な種類の大豆食品を多く食べていることから、大豆食品由来の大豆イソフラボンをより多く摂取していると考えられます。

問8：大豆イソフラボンは、ヒトの健康にどのような影響がありますか？

大豆イソフラボンがヒトの健康にどのような影響を与えるかについては、食品安全委員会新開発食品専門調査会が、厚生労働大臣から要請を受けた大豆イソフラボンを含む特定保健用食品の食品健康影響評価を実施中です。

新開発食品専門調査会では、大豆イソフラボンが持つ女性ホルモン様作用の評価を中心に検

討が進められています。現時点での評価書案の内容については、食品安全委員会のホームページをご覧ください。

問9：大豆イソフラボンによる健康への影響を考えると、大豆食品は食べない方がよいのですか？

- ① 日常の食生活では、大豆食品を含めてバランスのよい食事を心がけるべきです。なぜなら、大豆食品には、大豆イソフラボンだけでなく、他にも多くの有益な食品成分が含まれており、大豆食品を食べることは健康に良いと言われているからです。
- ② 日本人は、豆腐、納豆、煮豆、みそなどの「伝統的な大豆食品」について、日常の食生活における長い食経験があり、これらの大豆食品を食べることによる大豆イソフラボンの健康への有害な影響は、現時点では確認されていません。大豆食品は、良質なタンパク質を含み、またカルシウム等にも富む、重要な栄養源の一つです。日本で行われた追跡調査の結果では、通常の食生活で大豆食品を食べることは、まったく大豆食品を食べない場合に比べて、健康に有益であることが報告されています。もし、大豆イソフラボンによる悪影響を心配して大豆食品を食べることをやめてしまうと、大豆食品から栄養成分が得られなくなり、むしろ健康を損なう可能性もあります。

問10：大豆イソフラボンを含む食品を食べる際に、何か注意する必要はありますか？

大豆イソフラボンを含む食品のうち、豆腐、納豆、煮豆、みそなどの「伝統的な大豆食品」については、日常の食生活の中でその他の食品とともにバランスよく食べるように心がけてください。また、大豆イソフラボンを多く含むサプリメントなどの「大豆イソフラボンを濃縮、あるいは強化した食品」を摂取することによる大豆イソフラボンの摂り過ぎには注意してください。

問11：大豆イソフラボンは天然の食品成分なので、健康への悪影響はないと聞いていました。なぜ、摂り過ぎは体によくないのですか？

- ① 天然由来の食品成分はいくら食べても大丈夫、という考え方は正しくありません。例えば、セレンは魚介類や海草類、穀類に比較的多く含まれる微量栄養素であり、人間が生きていくためには絶対に必要なもので、不足すると心筋障害、発育不全や老化、消化器の病気など欠乏症が起きます。しかし、摂り過ぎると爪の変形や脱毛、胃腸障害、下痢、神経障害など過剰症が起きることが知られています。このように、天然の食品成分であっても、摂り過ぎると健康を害する可能性があります。
- ② 大豆イソフラボンの安全性評価については、現在、食品安全委員会において審議中です。食品安全委員会の評価結果が出れば、国民の皆様にはわかりやすく解説します。

問12：子供に大豆イソフラボンを含む食品を食べさせても大丈夫ですか？また、妊婦についてはどうですか？

- ① 豆腐、納豆、煮豆、みそなどの「伝統的な大豆食品」については、日常の食生活の中で他の食品とともにバランスよく食べることに気をつければ、大人と同様に、子供や妊婦が食べても大丈夫です。
- ② 子供や妊婦が、大豆イソフラボンを含むサプリメントなどを食べた場合や、大豆イソフラボンを食べ過ぎた場合の安全性評価については、現在、食品安全委員会において審議中です。食品安全委員会の評価結果が出れば、国民の皆様にわかりやすく解説します。

問13：食品中の大豆イソフラボンの量について、何か法的な規制はありますか？

食品中の大豆イソフラボンについて、その含有量の上限設定など、法的な規制は現在のところありません。

問14：大豆イソフラボンのような天然の食品成分の研究について、農林水産省では今後どのように取り組めますか？

1980年代以降の研究により、大豆イソフラボンをはじめとする天然の食品成分に、様々な生理機能があることが明らかになりました。

日本では、世界に先駆けて食品の機能性についての研究が行われ、近年多数の「機能性食品」が開発されています。農林水産省においても、これまで大豆イソフラボンをはじめとする機能性成分に関する研究や、機能性成分に富む品種の開発などを行ってきました。

しかし、食品の機能性の「有効性」のみを強調した製品が市場に見受けられるようになり、さらに機能性成分も摂り過ぎるとヒトの体に悪影響を及ぼすことがわかってきました。

そこで、農林水産省では、本当に国民の健康に役立つ機能性食品の開発には、食品の機能性の「有効性」と「安全性」を科学的に評価する必要があると考え、今後は以下の研究を推進する予定です。

- ① 遺伝子レベルでの評価など、新たな科学的根拠に基づいた、機能性の高い新食品を開発するための評価・管理技術を開発します。大豆イソフラボンについては過剰摂取した場合のヒトへの影響を遺伝子レベルで研究する予定です。
 - ② 食品の持つ機能性を最大限に高め、食品の悪い影響を最小限に抑えることにより、食品全体としての機能を最大にする加工技術を開発します。また、イソフラボン等の機能性成分の消化・吸収・代謝特性を解明する研究を行います。
- これらの農林水産省の研究成果は、国民の皆様の、より健康で豊かな食生活を支援できると考えています。

講演録

近畿支部では2月24日（金）大阪市都島区の太閤園で大阪府食品卸同業会との共催で経営実務者研修会を開催した。当日は会員及び賛助会員ら約180名が出席した。最初に主催団体を代表して当協会近畿支部長の尾崎 弘氏（伊藤忠食品（株））が「我々の業界は、経常利益率が1%もない薄利の業界である。世の中、多少の明るさは出てきた実感はあるが、小売業界はますます厳しい状況が続いている。そのような中で何とか儲けて生き残っていかねばならない。今日は中邨先生にどうしたら10%も儲かるのか、コツを教えてください、今後の参考にしたい。」と挨拶した。

講演後、大阪府食品卸同業会会長の米谷晴生氏（株大トウ）が「商いは笑顔が大切。『笑う門には福が来る』と言われる。我々業界も笑える業界になるよう努めていきたい。」と閉会の辞を述べ終了した。

この時の講演内容を以下に掲載する。

吉本流 経営戦略と人材育成

—元・吉本興業名誉会長 中邨 秀雄氏 —

プロフィール

大衆芸能とかかわりあって40数年、笑いは時代を映し出していると提唱し、「大衆と共に大衆に奉仕する」という社是・社訓を掲げ、「笑いの原点」を果敢に追求している経営実践人であり、そのユニークな人材育成法や経営戦略で吉本王国を構築された。

1. 自分が楽しむ、だから成功する。

ご紹介いただきました中邨でございます。

今日は講師ということでお招きにあずかりました。ありがとうございます。先ほどご紹介いただきましたが、われわれ「芸人」という商品を扱っているわけでございます。商品は大変美味しい点もあるのですが、厄介な点もずいぶん多うございます。商品がものをいうという事は、皆様方がお扱いになる商品とずいぶん違う点があるのです。ただ、この「ものを言う商品」我々にとってもものすごく有難いところは、芸人をテレビ、ラジオ、あるいは地方の興行にもって行って商売をして



いるだけではなしに、いろいろなアイテムの商品をつくって売っております。たとえば、阪神タイガースが優勝しました時に、阪神電鉄に優勝したから、電車賃がずいぶん入って

きた、球場の入場料がずいぶん入ってきたというだけではなしに、阪神が優勝したことによって、いろんなアイテムの商品が売れていったわけです。その商品のロイヤリティが阪神電鉄に入ってきてずいぶん貢献したという事実があるわけでありませぬ。

我々の会社も一緒でございまして、タレントが売れていきますと、いろんな業界の方々から、こういう商品を作ったのですが売らせていただきたい。たとえば、いまキヨスクに吉本新喜劇のカレーが売られております、中身はどんなものか私は知りませんが、箱だけを見たら、タレントの顔が描いてあるだけで、吉本のカレー、新喜劇のカレー、こんなもの売れるのかなーと聞きましたら、大阪の土産として箱をお買いになっているわけです、中身は何でもいいのです。あるいは吉本のカステラあるいはキーホルダーとか。ところがわれわれがその商品を作って、売るということは全く必要ない。要はこういう商品を作ったから、売らせてほしい、という申し出がございまして、我々としては、それに対するロイヤリティをいただくだけの事とございまして、ロイヤリティについては、タレントとの契約上、あなたにはロイヤリティは払わないと書いてありますから、われわれとしては全くリスクがないわけでありませぬ。一方的にタレントが売れていくと、そういう商品が、テレビは一週間に130本位のレギュラーの番組を持っておりますので、自分の出ている商品については、テレビでその商品の宣伝をやってくれます。そういう意味では、いろんなアイテムの商品がきましてそれを選別する必要が全くない。

そういう意味で宣伝費無しに、宣伝できるから、業者の人が商品を持ち込み、我々はロイヤリティをいただいている。そういう点では、「しゃべる、ものをいう商品」というのは、テレビとかラジオを扱うなかで、大変有難い商品でございませぬけれども、ところが美

味しいところばかりではありません。どうしてかといいますと、テレビとかラジオなどの公器を使いまして平気で会社の悪口を言いません、月給が安いとか、搾取されているとか、このようなことを平気でおっしゃいます。私どもの売上は300億円ちょっとですが、経常利益が30億円ちょっと、株価におきましては、昨年の初め1,000円前後であったのですが、いま2,700円から高いときには3,300円までいっております、3倍近くになっております。そうすると、タレントの言うてる事がホンマやないかなということになり、搾取し過ぎていてのではないかと考えられがちになります、ちょうど今、税務申告の時期でございまして、去年迄はこの税務申告を3月15日までいたしました、5月1日にランキングが発表になったわけです。芸能界では誰が1位で、誰が20位とか、小説家では誰が1位、歌手のなかでは、こういう人が1位、というように、あれを見ていただいたらわかるように、去年などは1億円以上当社が支払っているタレントは15、6人以上おります。ですから搾取していないということがよくわかっていただいたわけです。

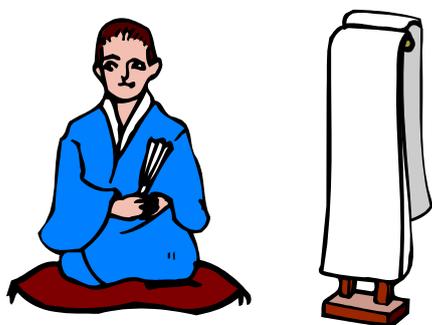
しかし、この発表が今年からなくなりました。そうするとどのように弁解したらいいのかなと考えているわけとございませぬ。いずれにしても、われわれの業界、こういう「ものを言う商品」、扱いやすい点と扱い難い点があります。

2. 吉本興業の創業

先ほどご紹介がありましたが、わたしの前の会長といいますのが、林正之助という男で、何故、吉本興業という名前が付いているのかといいますと、創業致しましたのが1911年（明治45年）であります。大阪の天満、天神さんのあるところの近くで、ここで吉本泰三、せいという夫婦が荒物屋を営んでおりましたが、この泰三という男はたいへん遊び人

でありまして、今みたいに娯楽が多様化していない時代でありまして、当時の娯楽といいますと、お茶屋通いか寄席通い、関西には大体100軒ぐらいの小さな寄席があったようです。今で言えば、パチンコ屋ばかりにしているそんな主人であったようです。

ところが、「せい」という女性が、あなた、そんなに寄席が好きならば、その荒物屋を止めてしまつて寄席の経営をやつたらどうかということで、大阪の天満というところに第二文芸館という小さな寄席が売りに出たものですから、それを親元からお金を借りてきまして小さな寄席をやつたのが創業の始めでありまして、今から94年前になるわけです。



この泰三、寄席通いをしている時に寄席の欠点を見いだします。といいますのは寄席といいますのは夕方6時頃から夜の9時頃迄3時間位なのですが、これは初めから終いまで落語ばかり並べているわけです。いくら楽しい、面白い落語であっても、落語ばかりでは退屈してしまう、ということをおの泰三という男は自分の体験上わかっているのです。そこで落語と落語の間に漫才をはさんだり、あるいは日本手品をはさんだり、民謡をはさんだりして、バラエティに富んだ番組の編成をいたします。

漫才といいましても今風の漫才ではなく、三河漫才であつたり尾張漫才であつたり、何故このような漫才を連れてきたかといいますと、この漫才は角付け芸であります。要はお正月とかお祭りの時しか仕事がないわけがあります。したがって、暇な時期が多いわけですから、この人たちを呼んでくることによつ

て非常に安く呼べる。こういうことで三河漫才、尾張漫才を落語と落語の間にはさむ。あるいは島根県に行きまして、安来節を呼んでくる、安来節といいますのは、毎回中身が変わっていくわけで、いまの浪曲と一緒にありまして、語りみたいで、毎日中身が変わるものですから、一回呼べば1ヶ月ぐらい居てもらえる。安く出来る、日本手品も同様であります。このようにバラエティに富んだ番組をやることによって、いままでの寄席の形態が変わつてしまい、そのために大変繁盛しまして、たった10年間位の短い間に14館という関西の寄席をおの泰三は手に入れてしまいました。

そしてもう一つ泰三がやったことは、今でいうところの利益の還元といいますか価格破壊ですね、当時25銭であつた寄席の入場料を10銭にしました。何故当時25銭であつた入場料が10銭になるようになったかということ、映画とか芝居でよく話題になっております、たとえば「桂春団治」今の春団治ではありませんが、いまの春団治は三代目になっておりますが、初代の春団治は非常に面白い男だったのですが、当時の寄席の芸人といいますのは、1日に一回出れば、それで1日の仕事はそれで終わりだったのですが、この泰三は14館手に入れたものですからチェーン化してしまい、売れている落語家は一晩に3軒も4軒も掛持ちさせ、そのことによって出演料のコストを下げさせて、それをお客様に還元させるという事を行ったためにずいぶん繁盛致しました。14軒という小屋を10年間の間に手にいれてしまうわけですから、若くして亡くなつてしまいます。

3. 林正之助 (吉本興業 中興の祖)

後は、この吉本せいという女性が女手一人で大勢の芸人、あるいは小屋を切り盛りするのは大変だということで、自分の実の弟を呼んでまいります。これがご紹介のありました当

社の中興の祖であります「林正之助」であります。この人は明石で呉服屋に奉公しておったのですが、これを自分の片腕として、戦前、戦中、戦後、この吉本せいと二人で演芸というものに取り組んでまいりわけです。昭和26年に吉本せいは亡くなってしまいますが、林正之助は平成2年、92歳まで会長として当社に貢献をしまいいりました。平成元年、91歳の時でしたか、心臓がちょっと具合が悪いということで、千里にあります国立循環器医療センターというところでペースメーカーを入れてもらいます。院長に手術をしてもらったのですが、そのとき林正之助さんに“貴方、タバコ止めないと長生きできんで”とおっしゃいました。それまで1日100本位吸うヘビースモーカーでした、91歳まで。院長先生にペースメーカーを入れてもらった時に、その時から、意志の強い方ですから、ぷつとタバコを止めました。ところがそれがために、ストレスが溜まって明るる年、ころっと亡くなりました。そのままタバコを止めなかったら100位迄充分生きられたのではないのかなと思うわけであります。

もう90歳すぎたらタバコを止める必要はないのではと、いまだに思うわけです。この正之助というのは、非常に芸人が好きでありまして、芸人をこよなく愛した人でありまして、この人にはいろいろエピソードがございまして、芸人に物をやるのが好きな人で、いつも舞台の袖から観ているのですが、ちょっとネクタイが服に合っていなかったら、すぐ自分の部屋に呼びまして、芸人がそんなネクタイしていたらあかん、と行って必ずネクタイをくれるのです。ですから芸人としては会長が観にきているなどと思ったら、不細工なネクタイをしていくわけです、そうするとかならずネクタイをくれるなどわかるのです。靴でもそうです。服でもそうです、おまえ俺の服あげるから高島屋で寸法直して、作り直して来い、こういうことで服をくれるので

す。ところが直し賃をくれないわけです、これがずいぶん高くつくわけなので、ところが着て行かないと怒る、一週間なりして舞台上でその服を着ていないと、また怒るのです。あまりにも寸法が合いませんでしたものですからと言うと、今度は生地をくれるんです、しかし今度は仕立て賃をくれない、いずれにしても会長から物を貰うと損をする、というのが芸人の間では噂になっておりました。

非常に面白い方でした。

それからさきほどの年収の問題でございまして、いま1億円以上の所得があるというのは、いま申告の時期ですが、おそらく今年も1億円以上収入のある芸人は20人ばかりおるのでは、と思いますが、ただ800人ぐらい芸人がいるのですが、サラリーマンの平均年収はというと、30代の前半で420万円ぐらい、30代の後半で470万円ぐらいではなかろうかと、新聞に書かれていますけれども、サラリーマンの平均年収であります450万円ぐらいの年収を得ようと思したら、800人いる内の、大体100番目のところ辺にいないと、それだけの年収にならない。以下はほとんどサラリーマンの年収以下であります。年収100万円以下が200人ばかりおり、これが一番底かといいますと、決してそうではなく、年収がマイナスという者もおります、家からお金を持ち出して会社へ来ているのもおりますの中にはおります。これ位年収に格差があるにもかかわらず、この芸能界という業界を志す若者がずいぶん多くおります。

4. 一番目は裏方の育成が大切、

いま、大阪と東京にN・S・C、ニュー・スター・クリエーションというタレントの学校を持ってありますが、ここで200人位募集するのですが、1000人位応募があります。この応募してくる連中、全部才能があつて応募してくるのかといいますと、決してそうではなく、才能というのは皆無に近いのではないの

かなと、私は思っているわけです。皆無といったら失礼ですが、才能は隠れているのです、その隠れた才能に磨きをかけて、掘り起こしてタレントというお金のとれる商品に開発していくのが、誰かという、とりもなおさず「裏方」であります。要はマネジャーであったり、ディレクターであったり、プロデューサーであったり、あるいは照明の係の人間であったり、音声の係の人間であったり、こういう連中が一体となって、その埋もれた才能に磨きをかけて、新しいタレントの商品の開発をするわけであります。我々の会社としては、応募してくるなかで才能のありそうな者を探すのではなく、その裏方を養成することによって、才能を見出す、という事をやるわけであります。我々としては、その裏方の採用に出来る限り力を入れております。子会社を含めまして400人ばかり裏方がおります、ほとんど大卒を採っておりますが、定期採用いたしますのは、年に15人程しかおりませんが、それだけにハードルは高くしてあります。たとえば、会社に入ってからコンピュータを勉強しようというような横着なやつは採るなよ、あるいは学生の時代にすでに外国語の一つぐらい喋れるやつを採れよ、あるいはトイフルはこのくらいの点数をとるやつを採用しろよ、そんなことでずいぶんハードルを高くして採用するのです。

それでも、入りましてから3年から5年くらいは使い物にならないのが、この業界であります。なぜ使い物にならないかというと、この業界、覚える事が多すぎます。皆様方の商品も一緒にございますけれども、われわれの商品も800人おりましたら、800のアイテムがあるように、一人一人みんな個性があって違います。これらを全部覚えていかなければならない。そうしないと商品の開発が出来ない。我々はお笑いの芸人だけを扱っているわけではなしに、音楽の世界の人間を扱ったり、プロ野球界の人間を扱ったりしておりま

す。たとえば、大リーグでいいましたら、今年辞めますけれども長谷川繁なんかも契約をしております、彼はロサンゼルスのアナハイム・エンジェルスというところにおりましたときに、私と契約をしたのです。大リーグの契約というのは、3月から10月迄、このシーズン契約をしますが、あとはフリーです。2月は自主トレをやりますので、11、12、1月とこの3ヶ月だいたい日本へ帰ってまいります。帰ってきても何もすることがないものですから、たしか板東の紹介だったと思いますが、契約して、クイズ番組のゲストに使ったり、あるいは野球というテーマでのフォーラムのゲストスピーカーに使ったり、日本の野球もシーズンオフですから、タイガースの有名選手と一緒にゴルフして、その録画をテレビ局へテレビのコンテンツとして売ってしまうとか、そういうふう到大リーグの連中との契約をしています。今5人ぐらい、アルバイトの契約をしています。いろいろと覚えることが多すぎますから3年から5年位は使い物にならないのが現状であります。3年から5年経ちますと、びたっと合ってくる、それまで教育にかかっております。

今、大学生は、どういうところに欠点があるかといいますと、一つは活字離れであります。ようは新聞を読まない。新聞を取らない大学生が多くなった、なぜ新聞を読まないか、テレビのニュースを見る、あるいはパソコンで北海道の端から沖縄の端に至るまで、ローカル紙迄見る事が出来ます。しかし見出しだけは見ているのですが、中身を深く知ろうとはしないのが大学生の現状であります。やはり経済の事を知ろうとしましたら、日経新聞のひとつも取って活字から頭に入れていくということが大事な事でございます。常識論として、今年の芥川賞、直木賞を取った人はどんな小説家で内容はどうであったかぐらいは、知っておく事も大事でありますし、やはりどういう番組、どういう企画書を

書くにしても、あたまからパソコンでやるのではなく、ある程度のシノピシスというのは、活字で書いていく、そしてそれをパソコンで入力していく、という方法をとることが大事でございますから、もっと「活字に親しむ」ということを一義的に教えております。

二番目に何を言っているかといいますと、異業種とのお付き合いをなささい。芸能界という狭い人間とだけお付き合いしていると世の中の流れというものがなかなかわからない。出来る限り他業種の人とお付き合いすることが大切である。どうしてかといいますと、簡単なことではないか、中学の同級生、高校あるいは大学の同級生の中で異業種にいったのがいくらでもおるではないか、そういう連中とアフター5、お酒を飲んだり、食事をしたりして、よその業界はどうなっているのか知る事が大事である。異業種の人とお付き合いしないと世の中の流れがなかなかわからないぞとっております。



三番目は何かといいますと、ホンマモンを見てこいよ、ニセモノをいくら見てもホンマモノの見分けがつかない。ニセモノをつかまされてもニセモノとホンマモンと何処が違うかがわからない。それがためにホンマモンを見てこいよ、音楽にしても絵画にしましても、ホンマモンをみてこいよ。われわれのようなエンターテイメントのホンマモノといえは、やはりラスベガスのショーだとかアトラクタのショーだったり、ヨーロッパに行けばパリのリオのショーであったり、ムーランムージュのショーであったり、本場ものの芝居といえばやはりロンドンへ行ってちゃんと見

てこいよ。あるいはミュージカルショーを観たいと思えば、ニューヨークのブロードウェイへ行って観てこいよ、あそこには41館の劇場があります。それを有給休暇を取って1ヶ月ぐらい「自前」で行ってこいよ、この自前というところを強調しております。なぜ自前を強調しているかといいますと、わたしも30数年前でございますが1ヶ月以上ニューヨークにおりまして端から端まであのミュージカルを全部見てまいりました。そのときは会社の費用で行かせてもらいました。なぜ会社の費用で行かせて貰ったのかといいますと、その当時1ドル360円でございます、500ドル以上が日本から持ち出せない、あるいは航空券を買うにしましても、2年から3年分ぐらいの給料を貯めないとニューヨークまでの航空券が買えない時代した。だから会社の費用で行かせていただいたわけです。それがために50年間も会社に義理がかかって辞めることが出来なかったのです。おまえら途中でどうせ辞めたがるのだから、自前で有給休暇を使って行くと、途中でいくらでも辞められるぞ。こういう事で自前で行ってこいよということを強調しているわけです。まあこの三つが非常に大事であると言っております。

しかし、もう一つ大事なのはこれからの21世紀世の中がどのように変わっていくのか、たとえわれわれ芸能界に係わる者であっても、たとえ半歩でも一歩でも先を読むことが大切なところでもあります。釈迦に説法みたいなこと言いましたが、これからの世の中何がどのように変わっていくかといいますと、これから高齢化社会に入ります。いま世界一の長寿国でありまして女性の平均寿命が85.59歳、男性の平均寿命が78.64歳というように、世界一の高齢化社会になってきています。それから少子化であります。子供を産まないという時代に入ってしまった。統計上2007年から少子化が始まるということが10年ぐらい前から言われておりました。ところ

がもう昨年から既に6万人という人口が減り始めています。死ぬ人の数が生まれてくる人の数より多くなっているということです。

このように少子化、高齢化社会になると、なにが不足するかというと、労働人口がどんどん不足してまいります。この労働人口を補うにはどうしたらよいのか、ということをお堀屋太一先生と話をしたことがございます。あの人も大阪の出身であり、寄席が大変好きで、また非常に女子のプロレスが好きなお変わった先生であります。お付き合いさせていただいております。2、3年前東大で堀屋ゼミというのを持っていて、おまえも一度、話をせいということで行ったことがあります。そのとき高齢化問題が出たのですが、そのことあまり心配することないで、要はこれからアジアの人口これからどんどん増えてゆく、だから毎年60万人位移民を受け入れたら、日本の労働人口なんぼでも補いが見つかる。

しかしよく考えてみたら、陸続きでない島国や、おまけに単一民族に近い日本人、まだまだ移民を受け入れることは馴染まない、そうなるとなにが大事かということ、この労働人口を女性にそれを補ってもらうことが大事である。もっと女性に社会参画してもらうことがたいへん大事であるというのが堀屋太一先生のお話でありました。

女性の社会参画について、OECDで統計がとられていて、ただし統計がとられているのは24カ国でございますけれども、24カ国の中で女性の社会進出度が一番低いのは、日本であります。一番上の方は、北欧でありましてノルウェー、スウェーデン、デンマークこのあたりは40%以上の女性が社会進出をしております。中国でも30%近い女性が社会進出をしております。日本はたった7%であります、したがってこれから女性にどんどん社会進出してもらおうということが、たいへん大事であろう。たとえば、地方行政調査会が調べた「女性の管理職」ゼロの地方自治体がまだ

30%ほどある、いかに女性の起用が日本はされていないかわかる。これからは何をしても、一義的に女性というものを考えないとこれからの世の中成り立っていかない。

我々の業界はよく劇場を作ります。この劇場今までは女性に優しく出来ていない。大阪でいいましたら、フェスティバルホール、シンフォニーホールでありますとか、大きな劇場いろいろありますけれども、東京では池袋のサンシャインでありますとか国立劇場もそうですし、サントリーホールもそうですし、こういう大きな劇場でシンフォニーをやる、オペラをやるときに、必ず休憩時間が20分から30分がとられるのですが、その間、女性のトイレの前はずっと列ができています。そして次の演目が始まっているのに、この列がまだ消えないというのが、今までの劇場スタイルでした。2、3年前お台場に劇団四季が劇場を作りましたし、昨年大阪の梅田にも劇団四季が劇場を作りましたけれども、この劇場女性に非常に優しくできておまして、今までの女性のトイレの3倍ぐらいのスペースをとっておりますし、女性はトイレで用をたすだけでなく化粧を直したりしますから、化粧を直すだけのブースもっております。それがために休憩時間にはさっと列がなくなってしまうのが現状であります。これからはこのような劇場を作らないとうまく運営できない。それからゴルフ場にいたしましても、今いろんな外国資本に日本のゴルフ場は席捲されておりますけれども、ゴルフ場を直すとき、女性のロッカー、お風呂、あるいはトイレであったり、リニューアルするのはみんな女性のところばかりであります。女性があのゴルフ場は女性に非常に優しいといわれると、男はみんな女性に引きずられてそのゴルフ場へ行くようになる。百貨店を見たらわかりますように、1階から3階まで売れ筋の部分は全部女性の物で占められておまして、男性用の物の売り場は隅の方に追いやられ、上の方に

追いやられ、だんだん肩身の狭い思いをしているのが男性の売り場の現状であります。

したがって、これからは何をしても、女性に優しい、女性に可愛がられる、こういうことを考えることが大事ではなからうか。

我々の業界でいいましたら、女性にもてるタレントをつくるのが大事であります。

5. 「稽古屋」女性にもてる方法

私はこういう商売をしておりますから、落語をみたり、聞いたり、研究しておりますが、この上方で独特な落語があります。「稽古屋」という落語、これはどういう落語かといいますと、いくら色町へいってももてない男がおるのです。この男が庄屋さんに、どうしたら「もてる」ということを聞きに行く話があります。

「稽古屋」という落語であります。これは江戸の中期にできた落語でありまして、これは江戸にはない落語でありまして、これはどのような話かといいますと、もてない男がどうしたらもてるかと庄屋さんに聞きにいきますと、その庄屋さんが「もてる方法」を教えてください。これを10守ったら、これからはもてるようになる、これがいまでも通用するのではないのかなと思うわけであります。

どういう事を言ったかといいますと、

「一見栄、二おとこ、三かね、四芸、五性、六おぼこ、七せりふ、八ちから、九きも、十評判」これだけ守ったたら、おまえも女性にもてるよという事を教えてください。

(1) 「見栄」

「一見栄」ということは何かといいますと、要は第一印象であります。おまえみたいな小汚い格好をしていたら女性にもてないぞ、今の女性、女性は非常に清潔感を好みます。したがって、もっとこざっぱりしていないと女性にもてない、これからは清潔感のない男性はもてない。例えば韓流ブームでありま

すけれども、あのヨン様、あるいはいろんなのがおりますけれども、韓国の男優を見ておりましたら、全部清潔感があります。

ヨン様、あれには日本の女性がみんな持っていかれております、いかに清潔感が大事であるか。それからもう一つ大事なことは第一声であります。一番最初に男性が女性に会った場合に、どんなご挨拶をするかによって、女性がその男性を見抜きます。最近ご近所に小さいお坊っちゃん、お嬢ちゃんがいらしゃいますけれども、なかなか大人に上手にご挨拶するお坊ちゃん、お嬢ちゃんが少なくなりました。

ところが中には非常に上手に挨拶のできるお坊ちゃん、お嬢ちゃんがいらしゃたら、会ったこともない親まで想像してしまいます。この子の親ってというのは教育が行き届いているなど、親を想像してしまいます。

同じように男性が女性に上手にご挨拶をすると、この人の家庭はうまくいっているな、下手なご挨拶をすると、この人の家庭はうまくいっていないなあという具合に印象を持ててしまいます。したがって一番最初に女性に上手にご挨拶をする、これが女性にもてる第一の方法であります。

(2) 「おとこ」

男前がもてるということですが、学生の間でリクルート整形という言葉がはやっていて、就職の試験でちょっとでも面接をしていただく人の印象をよくするために、鼻の低いのは整形外科に行って鼻を高くしてもらったり、眉毛の薄いのは眉毛をちょっと濃くしてもらったり、あるいはおつむの薄い人は植毛したり、カツラも精巧にできるようになってきました。化粧品といえば、過去は女性のものばかりでしたけれども、最近は男性のものもずいぶん増えてきて、男性もちょっと化粧をしてこの「一見栄」を補うことになったわけであります。男前が作られることになってきた。こういう時代であります。

(3) 「金」

お金であります。お金を使わないと男性は女性にもてない。こう言っているのですが、甚平さんという庄屋さんは大変大事なことを言っています。“生きたお金を使えよ、死んだお金は使えなよ”と言っているのです。これは誰もがわかっているのですが、ところが使った後で、これは死に金であったな、これは生きたお金であったな、というのがわかる場合がずいぶんあります。例えばここに20人ぐらいの者で年収1億円以上の所得があるタレントを見ていると、ぱっと二つに分かれてしまいます。生き金を使う者と死に金を使う者に分かれていきます。



具体的に言いますと、当社に「明石家さんま」という者がおるのですが、彼はなかなかお金の使い方が上手であります、どのように上手かといいますと、番組が終わりましたとき、打ち上げというものをやります。全部スタッフから役者の新人まで連れて飲みに行ったり、食事をしたりいたします。そのときは必ず「さんま」は一緒に行きます。一緒について行かして一人一人にお礼を言います。そしてその費用はすべて「さんま」が持つわけです。一人一人にお礼を言いながら、いま音楽の世界ではどんなやつが有名なのか、どういう事で有名なのか、あるいは野球界ではどのような奴が有名なのか、どんな事で有名なのか、今社会では何が問題であるのか、一人一人に挨拶をしながら今の社会の情勢を全部、インプットするために聞いてまいります。これが打ち上げの時の生きたお金の使い

方であります。そしてインプットされた新しい情報を持って次の番組が始まった時に、いかにも自分が勉強してきたかのように、そのあたらしい番組でスタートするわけです。

一方、死に金を使う方は、この打ち上げの時には、自分が一人一人にお礼を言っているのがじゃまくさいものですから、その中の大將的な者にぱっと20万円を渡して、みんなで打ち上げやって楽しんできてくれよ、俺は忙しいのですまんけどみんなでやってきてくれ、と自分は行きません。これでは何の情報も得ることが出来ない、こういう死んだお金を使う奴はこういう事です。

また彼はお礼の仕方が非常に上手であります。たとえば、去年、彼は中央競馬会のコマーシャルを頂いております。その関係上、馬券をよく買います。場外に買いに行かせて当り券を全部持っております、もちろんお金にならない馬券は捨ててしまいます、打ち上げに行ったときに、この照明さんにはお世話になったので、ちょっと三万円ほど渡しておこうかなあという時は、三万円の当り馬券を渡す、当り馬券を自分のポケットに当り金額毎に使い分けてしまっている、ここは五万円、ここは二万円、ここは一万円とそれぞれ分けてしまっており、この人には二万円だなどと思えば、二万円の当り馬券をぱっと渡して、この馬券当たっているか、当たっていないか、まだ見に行っていないんだけど、おまえにやるわ、もし当たっていたらおまえのもんや、ということで当り券を渡す、この人には五万円渡しておかなければならないなというときには、五万円の当り券を渡す。この馬券全部当り券ですから、ポケットの中に当り券を金額別に分けてしまっている。

ところが、上方の噺家が一人おりまして、やはり馬券を100枚ほど配っておりました。その馬券はといいますと、ハルウララという一回も勝ったこともない馬の馬券を渡し、これを持っていたら事故に遭わない、なんにも当

らないと言って100枚ほど配っていましたが、もらった方はどちらが嬉しいでしょうか。やはり当たっているほうがいいのに決まっているわけでありまして、非常にお金の使い方が上手である。何をいいたいかといいますと、生きたお金を使うという事は、生きたお金を使う奴とお付き合いすることでありませう。死に金を使う奴といくらお付き合いしても、生きたお金の使い方がわからない。また、じっと見ていると主に手を出して失敗するのが、だいたい死に金を使うやつであります。

ところが、死に金であったなあ、と思う奴が、生きたお金になって帰ってきたものもあります。800人から900人ほどおりますから、中には出来の悪いのも何人かおります、たとえば、ジミー大西という者がおります。これが10年ぐらいまえでございませうが、わたしのところへ女性のマネジャーを通じて、300万円ばかり貸してほしい、どうして300万円も必要なのだ、何処へ、何に使うのや、いや東京に赤坂プリンスというホテルがあるのですが、そこへの支払です。それにしても、300万円とは高いやないか、いや、一泊30万円のスイートルームにジミー大西が一週間泊まり続けています。おまけに食べるものは、全部ルームサービスで食べているらしいです。馬鹿な事したなと、思いましたが、支払に行かないと会社の恥なものですから、この女性に渡し、明日直ぐ、行って、赤坂プリンスへ行って払ってこい、フロントにはよく頼んでこいよ。ジミー大西は今後出入り差し止めにと頼んで来いと直ぐ支払に行かせました。

あくる日、私のところへ二人がお礼に参りました。その時支店が溜池にありまして、赤坂プリンスから歩いて15分前後の所にあります。そこに二人が来ましたのでジミーおまえ、何で、こんな馬鹿なことしたのだ、とこういうふうに言いましたら、本人下を向いて

だまっているのですが、女性の新元が答えるのです。ジミー大西は芸の肥やしやと思つてスイートルームへ泊まっていたらしい。というのです。我々業界でいうところの「芸の肥やしや」といわれると、皆様方のお扱いになる新しい商品の研究開発費にあたるわけです。実に上手に言い表したものです。よう考へてきたなあ、まあこれはいづれにしても死に金だなど思つていたのです。それから暫らくしまして、ジミーは絵を書くのです、この絵を30枚ばかり額に入れまして渋谷の道玄坂の横の小さな画廊を借りまして、女性のマネジャーが「ジミー大西個展」を開くことに致しまして、この女性のマネジャーが日本テレビに売込んで参りまして、日本テレビで夜中に放送されるPXテレビで夜中の2時頃放送される番組であります、その番組にジミー大西の個展を取り上げていただきました。この絵を批評していただいたのは横尾忠則先生であります。初日の日にオンエアされたのですが、その先生は言わんでもいいのに、この絵を書いた奴は“ひょっとしたら、第二の山下清になるかもわからんぞ”とおっしゃつたものですから、それまではそんな個展誰も見に来ていただけないだろうと思つていましたから、誰も留守番する人いないものですから、ジミーにおまえ留守番しておくと、それからせつかくこうして、マネジャーがおまえのために個展を開いてくれたのだから、ひょっとして売れたらいかんから値段は全部つけておけよ、しかし高い値段付けたらあかんぞ、10万円もいふような高い値段付けたらあかんぞ、ということ言うておきました。そして10日間開かれる初日に見に行きましたら、全部9万円の値段が付いていました。この絵が売れてゆきます。テレビというメディアの強さであります、夜中に放送されても、やはり大勢の方がこのジミー大西の個展を見に来ていただきました。絵が売れてゆきます、もともと10日間やろうとしていた個展ですか

ら、絵が売れたら売約済みという札を付けておきます。

10日間の個展が終わりましてから、買って頂いた人のところへ、お送りするなり、持っていきなりするのですが、本人お金が無いものですから、片っ端から持って帰ってもらいました。お金を貰って、1週間目にあちこち歯抜けになりまして、個展が出来なくなりました。しかたなく1週間目でやめさせましたら、二人でお詫びにまいりました。

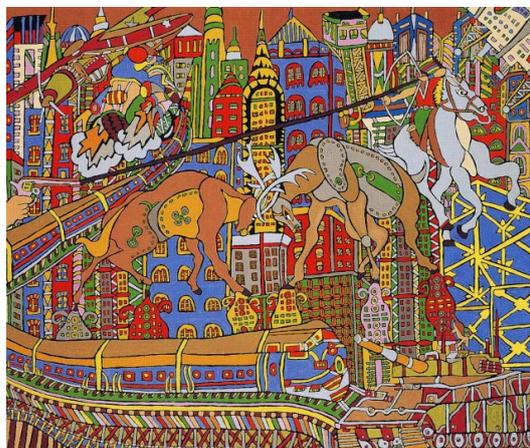
ジミー、この絵のモチーフとか色使いは何処で考えとったんや、と聞きましたら、本人下向いてだまっている。女性のマネジャーがジミー大西は赤坂プリンスのスイートルームで考えていたらしいでございます。ことごとくそこに結びつけるわけであります。まあいずれにしても、死に金であったなあと思っていました。それから暫らくしまして、ロサンゼルスへ取材に行くことがありまして、二人で取材に行きます、たまたま知り合いがあったものですから、観光バス2台にジミー大西の絵を描かせていただきました、そのときたまたまロサンゼルスに居合わせたのが、ヒロ山形先生であります、その先生とジミーの合作の絵が描かれた観光バスが2台出来上がり、いろいろな角度からバスの写真を撮ってまいりました。その写真を持って帰ってくるなり、私のところへその写真を見せに来まして、タレントを辞めて、絵の勉強にアメリカへ行きたい、このように申しております。

いかがいたしましょうか、本人がアメリカへ行きたいというなら、行かせ、こう言ったのですが、いや6ヶ月間待つてやってください、なんで6ヶ月待つんや、6ヶ月先までタレントとしての仕事が残っております。

それなら尚更、今すぐ行かせ、どうしてですか、よう考えてみい、ジミー大西がテレビに出ていて、日本の青少年にいい影響を与えろと思うか、思えへんやろ、日本のためやから直ぐ放り出せと、こう言ったのです。そう

言わんと6ヶ月待つてやってください。

待つことにいたしました。そうしましたら、これがスポーツ誌が書いてくれます、ジミー大西はタレントを辞めてアメリカへ行く、6ヶ月後にというような事を、スポーツ誌が書いてくれますし、深夜の番組でも放送されます。そうしましたら、今度は絵の注文がわんさかとジミー大西のところへ入ってまいります。八王子のアミューズメントセンターの壁画のデザインをジミー大西にお願いしたいと、あるいは資生堂が発行する花椿という雑誌の表紙をジミー大西に描いてもらいたい、郵政省、今郵政公社でございますが、郵政省が記念切手を発行しますので、デザインしてもらいたい、郵政省もなんであいつに頼みにきたのか、さっぱりわからんですが。あるいは第一勧業銀行のキャッシュカードと普通預金の通帳のデザインをジミー大西にお願いしたい。今のみずほ銀行で非常に調子がいいようではありますが、彼にデザインをさせた時は、調子が悪かったようであります。



いずれにしても、この6ヶ月の間に千何百万円というお金が入ってまいりました。

いざ、アメリカへ行くという時に、荷物を二つ下げまして、いまからアメリカへ行きます、と挨拶に来ました。ジミー、おまえどのくらい行くつもりや、2年ぐらい行って来ます、ビザは観光ビザです、観光ビザで2年も居られへんぞ、ビザ取り直して来い、取り直して2年間居られるようにして行け、そ

れは大丈夫です。なんでや、この間、ロサンゼルスでヒロ山形先生と昼ごはんを一緒に食べた時に、困った事があったら言うてこい、とおっしゃっていたから大丈夫です、あほかと言うたのですが。

ですから、こいつには何を言っても無理やなあとということで、行けとそのまま行かせました。案の定、10日ほど経ちましたら、弟子にしてもらいませんでした、持って行った荷物をそのまま持って帰ってきました。すみませんが、このままスペインへ行かせてほしい。なんでスペインやね、いや、ピカソが生まれたところで、同じようなところで絵を描いてみたいと思いますので、スペインに行かしていただきたい。おまえお金あるんやから何処でも好きなおとこへ行け、マネジャーを連れて行かせました。

バルセロナの郊外の小さなアパートを借りまして、おさめてきました、マネジャーも帰ってきましたのですが、3ヶ月ぐらい経ったら、ジミーから私のところへ電話がかかってまいりまして、こんなに小さいところでは絵の勉強は出来ません、もっと大きいところへ変わってもよろしいですか、大きいところって、どんなところへ変わりたい、いや小さいお城でもあればそこに行きたいのですが、何を言うてんの、そんな阿呆に相手になっておれんわということで、そのままほっといたのですが、2年経っても何にも言うて来ない。

その間ビザの延長を何回もして貰ったようですが、これではいかんということで、東京から、私は使いをやりました。すまんけれど、バルセロナに行って見てきてくれないか、どうせまた会社の恥になるような事やっているに違いない、ということでバルセロナへ行かせました。しばらくしたら、使いの者が帰ってまいりまして、やっぱりえらいことになっております、どないえらいことになっているのや、ジミー大西がバルセロナでピカソの孫と知り合いになっており、そしてジ

ミー大西の個展を開く事にいたしまして、その個展が大変な話題を呼んでおります。こういう事であります。この個展に目を付けたのが、朝日新聞社であります。この絵を全部日本へ送り返した。1年間、日本の12都市でジミー大西の個展を朝日新聞社主催ということにすることでやることにして、立派な画集を作りました。これもまた飛ぶように売れて行きました。1年間で約20万人の人がジミー大西の個展を見ていただきました。朝日新聞社によって一人の絵かきがつくられたわけでありませぬ。何が言いたいかといいますと、あの時のお金であります。赤坂プリンスの300万円、あの時、あいつに払ってやらなかったら、彼の才能は見出せなかったわけでありまして、後になって、生きたお金になって返ってきたあと、こういう事例もあるということでございます。

現在わが社には、800人ぐらいタレントが居りますが、400人位の社員がおり、1000人以上が働いておりますが、いろいろな理由をつけてお金を借りに来ますが、母親が寝込んだとか家内が交通事故に遭ったとか、子供が大学に行くのでお金がいるとかなど、お金を借りに来ますが、生きたお金になって帰ってきたのはまだこの1件だけです。

ちなみに女性のマネジャーでございますが、京都のノートルダム女子大を出た聡明な女性でありまして、ジミー大西が絵かきとして一人前に食べれるようになりました時に、私のところへ辞表をもってまいりまして、辞めさせてくれということでした。新元、辞めるというような事いうなよ、ジミー大西は誰を付けても一人前に食えるし、若いのが一人前のタレントになるように、君の腕で一人前にしてやってくれやと言いました。いや、もうわたし疲れましたからこの辺で辞めさせてください。こう言うものですから、おまえがそこまで言うなら、しかたがないなあとということで、気持ちよくこの辞表を受け取りまし

た。一週間ばかり経ちましたら、彼女から封書がまいりました。ジミー大西の家内になりました。この女、おれを馬鹿にしておるなと思ったのですが、しかし、ジミー大西にはしっかりした女性を付けておくことが必要やなあと思っております。

いま、彼はニューヨークにアトリエをもっておりますけれども、やはりこういう女性が付いているからこそできたわけでありまして、要はお金の使い方というのはしっかりしたお金の使い方をする、そういう連中を横におくということが、大事なお金の使い方ではなかろうかということでもあります。たいへん脱線を致しましたが。

(4) 芸

芸ということであります。芸ができると、女性とのコミュニケーションが非常に入りやすい。芸事といいましても、最近マジックのブームでありまして、マジックがちょっとできると会話に弾みがつきます。われわれ、横浜港のなかにロイヤルイングという船を持っております、4千トン弱の船ですが、むかし別府一大阪間の新婚旅行用に行き来していた、くれない丸という船歴もう45年位になる船ですが、船内を全部改造しまして、昼は中華のバイキング料理をビュッフェスタイルでやり、一周2時間昼はジャズをやり、夜はちゃんとしたディナーを出しております、クラシックもやり、ここに10人ばかりウエイターとウエイトレスを乗せていますが、この人達には手品を教えてあります。

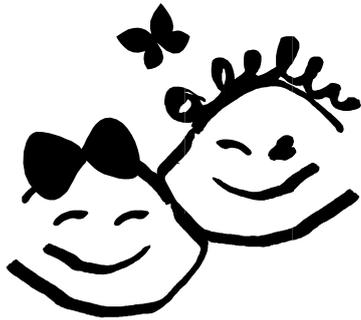
昼のランチングクルーズの時など、中華料理が運ばれてきて見知らぬ人同士が食事をなさっているわけですが、そこでウエイターなりウエイトレスが行きまして、目の前にあるナプキンでパッとナイフを消してしまったり、フォークを消してしまったり、あるいは胸にカードを持ってありますが、カードをテーブルに広げまして簡単なテーブルマジックをやる、腰に筒をぶら下げており、そこには

細い風船が入れてあり、風船にエアを入れてプーッとふくらませ、お子さんがいたら風船をクルクルとまるめてヒツジを作ったりしてさしあげると、寡黙であったテーブルが直ぐ賑やかになります。その手品のネタを教えてくださいとか、その風船どうして割れへんのかとか、とても賑かになります。ちょっとしたことでそのテーブルのコミュニケーションがうまくいくようになる。最近、逆に芸人が芸をしなくなったような時代でございます。先ほど、話しました明石家さんまなどは噺家ではありますが、噺はほとんどしないというに近い、これだけ大勢おられますが、さんまの落語をお聞きになった方はどなたもいらっしやらないのではないかな、彼は元来笑福亭なのです。笑福亭松の輔の弟子でありますけれども、この人はとても横着な人で、さんまの本名は杉本というのですが、杉本、おまえ、笑福亭を名乗ると笑福亭一門にご挨拶に行かんとならないし、ご祝儀を持っていかないと売れてきたら一緒やから俺の本名付けておけ、笑福亭松の輔の本名は明石徳郎というのです、それで明石家、無茶苦茶にされてしまい、さんまといいますのは、奈良でさんまの開きを専門につくる魚屋のせがれなのです。それで「明石家さんま」重みも歴史も何にも無い名前なのですが、売れてくると重みのある名前に聞こえます。

内に重い名前の者がおるのです。「桂文珍」という、彼は文枝の弟子なのです、文枝は昨年死んでしまいましたけれども、文枝が小文枝の時代に弟子に行ったのが彼で、小文枝が半紙に筆で書いておりましたとき、半紙が飛びそうになったので、ちょっとそこを手をおいておけ、といいまして、書き終わったときに、おまえ弟子入りにきたんか、それなら桂文珍にしておけ、付けられた名前、重みも何にもない。

いま上方での名前の付け方は、大体こんなものですが、関東はちゃんと系図を見て何代

目と付けますが、上方の方は軽々しく名前を付けてしまいます。しかし文珍は非常によく勉強をします、昨年の4月から6ヶ月間、慶応義塾で先生として慶応義塾に招かれて教えておりましたし、その前2年間は関西の雄であります関西大学で「学問のすすめ」という講義をやっておりました。講義録が本になって出ておまして、私はその講義録をぜんぶ読みましたけれども、こいつの授業をよう受けてよかったなあ、無駄な時間を過ごすところなあ、と思うところでした。



嘶家は大阪、東京におりますけれども、飛行機を持っているのは、あいつだけぐらいではないかなと、関西には先日神戸空港が開港しましたが、もうひとつ八尾に八尾空港というのがあるのですが、ここに、彼の飛行機が駐機しております。二人乗りのうしろにプロペラの付いた変わった飛行機でありまして、昨年石川県の七尾に七尾空港が開港いたしました、そこに一番機として降いたのが文珍の飛行機でありました。セレモニーとして彼は一番機で降ろささせていただきました。彼は夜間も飛べる盲目飛行の免許も取得しております。この間も私に四国の讃岐のうどんがおいしいらしいですよ、この飛行機で四国の讃岐へうどん食べにいきませんか、キザなこというな、おれはおまえの飛行機には絶対乗らんぞ、どうしてですか、どうしてですか、おまえの商売なんやね、嘶家やないか、嘶には必ずオチがある、そんな飛行機乗れるわけがない。こういう事で乗らんことにしております。

いずれにしても、芸事がちょっと出来る。

(5) 性

性格が明るい方が女性にもてる。ネクラの人でも商売できますが、やはりネクラの人よりも、ネアカの人の方がいいように思います。接客するには、われわれの業界を目指してくるのは、みなネアカかといいますと、決してそうではなくネクラであります。ところがいろいろなことによって、だんだん周囲の環境によってネアカになっていきます。よく観察してみますと、ネクラな人間はネアカになるひとつのパターンがあります。そのためには何が大事かと言うと、人間を好きにならないと絶対にネアカになれない。人間を好きになるということは、どういうことかという、お話をすることが好きにならないとネアカになれない。そのためには何が必要かといいますと、情報量が多くないとできない。そのためには、聞き上手でないと情報量が多く集まらない。よく人と話をしている時に、横から話をとってしまう人がいますけれども、これは聞き上手とはいえない。聞き上手になるためには辛抱強く人の話を聞く、こういう訓練が出来ないと聞き上手にはなれない。これには忍耐が必要であります。この訓練をどのようにしてやるか、それはお年寄りとお付き合いをすることです。同じことを何べんも何べんも言いますし、昨日言ったのに今日もか、ということもありますけれども、これが訓練だと思っていればそう苦にならない。わたしも和歌山に造り酒屋の息子が友達にいますが、ここへ遊びに行くと、玄関入りしたら小さな応接間がありまして、必ずお父さんが奥から出てみえます、もう95歳になりますが、ここはじめは造り酒屋でなく醤油屋さんだったのです、この醤油屋さんが苦勞して苦勞して造り酒屋になさったこのプロセスを、どなたがその部屋にきて15分間、その話を聞かないと奥に入れてもらえない。これはセレモニーでありますから、わたしも何回も行ってますから暗記しているんで

すが、それでも、お父さん苦勞しましたなあ、それからどうしましたなどと相槌を打って、訓練やと思って聞いてますが、私も人間ですから急ぐ時がありまして、お父さんその話この聞ききましたよ、と申し上げると、怒って裏へ入ってしまいます、いつも帰りに一升瓶二本をお土産にいただけるのですが、その日は一本になっておりました。いかに忍耐強く人の話を聞かないと損をするということがあります。

(6) おぼこ

これは母性本能をくすぐるという事で大事であります。男の人というのは、なんでも知っているというのがよくおりますが、やはり女性には常にスキをみせることが大事であります。スキを与えないとコミュニケーションがうまくいかない。たとえば、あそこに寿司屋が開店したとかの話がでたとき、あそこへは開店初日に行ってきた、あの寿司屋たいしたことない、あの料理屋つれて行って、いやあの料理屋何回もいっているけど、あこもたいしたことない、結局嫌がられてしまう。知っていても、ちょっとは知らない振りをする、ということが女性に優越感を感じさせるわけです。これが女性本能をくすぐるということでもあります。

(7) せりふ

「せりふ」であります。ケンカの仲裁に入れるぐらいの男というのは、話術、話芸を持ち合わせていることが必要であります。ケンカの仲裁というのは、両者を公平に裁くというのが、ケンカの仲裁であります。両者を公平に裁くためには、何が必要かといいますと、常識論がないと両者を公平に裁くわけにいかない。常識論というのは一朝一夕には身に付けることはできない。日頃からよく勉強している、よく本を読んでいる、そういうことが大事なところあります。

もうひとつ、ケンカの仲裁というのは、世話焼きであります。人が困っているなあとい

う事になりましたら、手を出してしまう。これがケンカの仲裁であります。ケンカの仲裁にはいるから、お金をくれということにはならない。弁護士の先生などは商売ですからお金を取りますが、素人が仲裁にはいるからお金をくれという訳にはいかない。人が困っているなあというとき、男としてかならず手を出してしまう、ボランティアも含めまして、この事は大変大事なことであります。

(8) ちから

男の魅力は腕力、体力があることがあると言っているのですが、これは健康という事に、わたしは置き換えております。ここに20人ばかりの高額な所得をとるタレントがおりますけれども、彼等には共通点があります。その共通点は何かというと、22、3歳位から54、5歳迄の30年ちよつとの間に必ずチャンスがくる、そのチャンスをものにした人間が、高額な所得者になっているわけでありませう。このチャンスがきたときに、ひつついてまわるものがあります。それはチャンスがきたときにはハードなスケジュールがかならずついてまわります。どのくらいハードかといいますと、一日、2～3時間しか眠れない日が当分続くとか、東京、大阪間を一日二往復してこいとか、ニューヨークへ取材に行って泊まらないで帰って来いとか。とにかく猛烈にハードなスケジュールがやってまいります。このスケジュールがクリアーできないと、チャンスがものにならない。

この期間は人によってまちまちであります。それをクリアーするということは大事であります。ハードなスケジュールをクリアー出来ない第一の原因は何かというと、健康を害するということでもあります。本人が病気をすると、必ずこのチャンスが逃げて行きます。

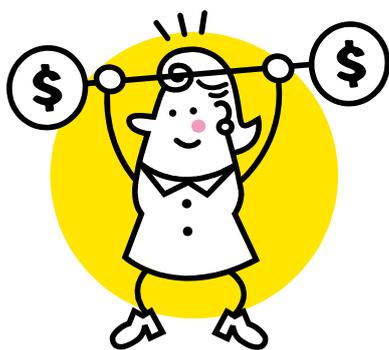
で、いくら核になっている人間にチャンスがきて、ハードなスケジュールをクリアーしようとしても、周りの人間が足を引っ張

ってしまう場合があります。ご両親でありますとか奥様でありますとかお子様が病気になるとかによって、この核になっている人間はせつかくチャンスがきてこのハードなスケジュールをクリアしてもものにしようとしているが、この周りの人間が足を引っ張ってしまう、こういう場合もチャンスをものにできない。

したがって、核になっている者にチャンスがきたときには周りの人間が、核になっている者と同じような気持ちになって、その人間をアシストしてやるのが大切なことあります。たとえば、食事には充分気をつけてやる、睡眠にも充分とれるような環境をつくってやるとか。そうしないと核になっている人間のチャンスがものにならない。

(9) 肝

これは決断力であります。事業といたしますのは失敗が付き物であります。本田宗一郎さんの本の中に1%の成功は99%の失敗の上にあると書かれています、やはり失敗を、明日の糧にするかが大事であります。最近ベンチャーの企業がよくいわれますが、アメリカのベンチャー企業の場合と日本のベンチャー企業の場合は、ずいぶんいままでは中味が違うようでありました。



私、7、8年前になります、孫正義さんと何度か京都や東京で食事を一緒に致しましたが、孫さんはロサンゼルスのパークレイ校の3年生のときにすでに1億円近いお金を持っていたようです。なんでやと、聞きましたら、その当時インベーダーゲームが流行って

おりまして、このインベーダーゲームのアメリカでの輸入を一手に引受け、そのロイヤリティでもうすでに学生のときに、1億円近いお金を持っていた、ということであります。

アメリカと日本のベンチャー企業は、どこが違うのか聞きましたところ、アメリカの場合、まったく差別がない、何処の国の人間であっても、男であっても女であっても、あるいは、いかに年が若かろうが、要はベンチャーの企業が“何をやろうとしているか”が大変大事である。それには必ずお金がいる。銀行であれ、ファンドであれ、エンジェルであれ、お金を出す方は、その企画書が良ければアメリカにはそういう人がいるし、必ずお金を出す。もうひとつは四半期毎に報告と調査は正確にやっていく、そして期限は一年、それでそのルールに乗っていなかったら、そこで終わり。というようにちゃんとルールがはっきり決まっている。

ところが日本の場合、大学を出た若い連中が企業を立ち上げようとした時に、いくらいい企画書を持っていても、保証人がしっかりしているか、担保主義でありますからそういうものがないと、なかなかお金を出してくれない。そしてお金を出してしまったら担保をとっているから、1年ぐらいは調査にも行かないし、報告に来いとも言わない。1年間経って本人失敗しているな気づいていても、お金が必要であれば、また他から借りてくる。2年、3年、3年ぐらいになると、にっちもさっちもいかなくなって、もう立ち上がれない。こうなると二度目に立ち上がろうとしても、もう10年か15年先に、タッタ3年の事になってしまうわけです。

アメリカの場合は1年ですから、1年で失敗したら、次の1年目にまたそれを糧にして立ち上がることができるわけでありました。これは、どんな企業でも一緒ですが、失敗だと気が付いたときには、たとえ3ヶ月であれ6ヶ月であれ、“早く止める決断をすること”が

次に立ち上がるチャンスに、傷が浅いうちにやることが大事なことでなかろうかと思っております。

(10) 評判

世間の評判がこれから非常に大事になる、情報化時代であります。そういう時代になりました。小学生といえども携帯電話を持っている時代でございますから、情報、評判というのは、わかってしまいます。会社でもそうでありまして、今までみたいに、終身雇用だ年功序列だという時代ではない、もう1年目、2年目から評価をされるという時代でございます。そういう時代に何が必要か、要は自己反省、自己改革、自分がやっていることは、これでいいのか悪いのか、自己改革を自分でやる時代がきたわけです。先輩とか或いは上司がこういう風にやれと教えてくれない、自分で自分を改革していく、その代わり自己責任も付いて回るわけです。自己反省、自己改革、そして自己責任がついてまわることによって、同時に入社した者でも5年先、10年先に格差がついてきます。

それはとりもなおさず、評判がいいということになるのではないかなあこういう風に思うわけでありまして。

この10を守ったら、男性が女性にもてると言いましたが、さらにもうひとつだけ、最後に付け加えていただきたいのは、「笑顔」ということであります。やはり笑顔で人に接するということが、いかに大事であるかということであります。わたしは昭和36年から「花菱アチャコ」のマネジャーをしていた事があります。この人と一緒に日本国中まわったことがあります。山椒魚という芝居をやりました。2年位かかってまわったのですが、あの人はいつも、朝起きましたら鏡の前で歯を磨いたあと、笑顔の作り方を研究されておりました。おまえ、自分の顔は自分で見られへんのだから、その鏡におまえの顔写してみい、それ作り笑いやないか、作り笑いというのは誰

が見てもわかるのやぞ、自分だけわかっているとと思ったら、間違いや、人から見てこれほど不愉快な笑顔はない、要は無心で笑顔が作れるかどうか、そう簡単にできるもんやない。昨日の晩家内とケンカした、子供とケンカしたという時に、朝、腹の中にちょっとでもそのことがあったら、本当の笑顔というのできないんや、無心で笑顔を作るという事は、大変難しいことやねんど、と若い頃にアチャコから教わった事があります。この花菱アチャコさんからはいろんなことを教わりました。お金を使わない方法、といいますのはいまでこそカードがありますけれども、あの人曰く、お金を持って歩かないこと、が一番お金を使わない方法やと、できるかぎりタクシーに乗っても、ああつ、ぼくサイフ忘れた。といえは友達が必ず払ってくれるや。この間も若い連中にぼくが花菱アチャコのマネジャーをしていたことがあるんやぞ、といいましたら、アチャコのコというだけで、どんな女性でしたというのです。もう花菱アチャコが女性にされてしまうような時代になってしまいました。

けれども、大変有名な喜劇人で、この人からいろんな事を教わりました。これからの時代、テレビというのはずいぶん変わってまいります、BS, CSそのコンテンツを我々がつくっているわけですが、できるだけ、これからは明るい健全な笑いを提供するような会社になっていくように、努力をしよう、吉本興業は考えておりますので、最後に今後とも、これをご縁に吉本興業をよろしくお願いを申し上げまして、この辺でお話を終わらせて頂こうと思っております。

ご清聴有難うございました。