

## 100421yoka 第2回余暇政策論 講義メモ

### <ときめく女心 東アジア共通> (100407 読売)

「神尾葉子さんの少女マンガ『花より男子』が、台湾に、日本に続き韓国でもテレビドラマ化されて話題となった。マンガ発のドラマが国境を越え視聴者のハートを射止めるのはなぜか」

「日本、韓国、中国語圏では「文化的なものや感情表現で共有できる部分が大きい」ことも、ドラマ化の理由の一つという。…平凡な女子高生がセレブの通う学園に入学しイケメン4人組と恋のドラマを繰り広げる基本はそのまま取り入れた」

「特に、女性があこがれる男性像は東アジアで共通している気がする」

「ただ、韓国のマスコミでは日本原作のドラマの急増に懸念の声も出ているという」

「作品を交換したり共有したりして違う国のドラマを見ることは、お互いの国の文化や価値観への理解を深める上でいいことです。『冬のソナタ』一本だって外交官何人分もの成果を残していますよ」

### <ユネスコ「記憶遺産」って?> (100408 読売)

「国連教育・科学・文化機関 (ユネスコ) が保護する「記憶遺産」への登録を日本も目指そうと、日本ユネスコ国内委員会が準備を始めた」

「(\*「世界遺産」(姫路城など 14 件)や「無形文化遺産」(歌舞伎など 16 件)との違いについて、) 記憶遺産は、ユネスコが「後世に残すべき」と判断した歴史上の人物の直筆、楽譜、写真、映画などを登録するもので、「第3の遺産」と呼べる。92年に創設され、同委員会によると、現在76カ国の計193件が登録されている」

「記憶遺産が対象とする書物などは、数多くの国宝や重要文化財があり、専門家の中で、「国が特定の遺産を推薦すれば、国宝などに優劣をつけることになりかねない」との意見があつて見送られた…」

「登録により国外からの観光客誘致も期待できるようになった」

### <日常掘る熟練の手並み いしかわ式 今日の漫画>(100407 毎日)

「伊藤理佐は面白い。いろんな本で短いものを連載しているが、『週刊文春』では究極の短さ、ひとコマ漫画の『おんなの窓』を掲載している」

「ちやぶ台を挟んで、新婚の夫が眉間に皺を寄せた真面目な顔で切り出す。「さて、夫婦の会話も済んだし、ゲームしてもいいですか」。新婚の妻は驚く。「す、済んだんだ…」」

「夫は自分の娯楽への欲求と妻への愛との葛藤に苦しみ、妻は夫の愛情を信じつつ微かな疑念も頭をもたげる」

### <妄信的 偏った健康志向> (100408 産経)

「近所のスーパーで食用油の棚をのぞく。1ℓ 298 円の特売品の上に、600 ミリリットル 598 円の商品が並ぶ。リットル当たりの価格差は3倍。高いのがトクホ=特定保健用食品である」

「国が「体に脂肪がつきにくい」「コレステロールを下げる」などの健康効果を表示していいと許可した制度で、マークがついている。食用油やヨーグルト、茶など 900 件超。平成3年に始まり、日本健康・栄養食品協会によると19年度の市場規模は約6800億円に上る」

「トクホは、企業からの科学的データを消費者委員会と食品安全委員会で審査し、以前は厚生労働省が、現在は消費者庁が許可する。しかし…」

「国は論文審査だけなのに、消費者は国のお墨付きだと思ひこむ。国民を裏切っていないだろうか」「健康を考えるなら栄養と運動、休養の3つを大事にすればいい」

「普遍的な生活改善はつらい。手っ取り早いイメージに飛びつく」

「トクホはfad（ファド＝熱狂的で一時的な流行）」

「消費者の気分を絶対視する行政や企業にも「問題がある」」

「行政も企業も目の前の消費者の不安に右往左往するのではなく、確固たる基準を持たなければ、ますます世の中が気分であつて動くようになっていく」

#### <日本の「食」13億の胃袋狙う> (100406 産経)

「富裕層や中間層が消費パワーを高めている上海など沿岸都市部では、安全でおいしく、健康にも良いというイメージを持つ日本の食品に関心が高まっている」

「お茶の本場、中国で不思議な現象に思えるのは、上海地区でサントリーが昨年4月に発売した「黒烏龍茶」の爆発的な売れ行きだ」「中国へのお茶の“逆上陸”で追い風になっているのは、日本発の「脂肪吸収を抑制する」という機能性だ」

「黒烏龍茶はコンビニエンスストアなどで350ミリットのペットボトル入りで1本6元（約80円）前後。一般の清涼飲料が500ミリット入りで3元程度などに比べると割高だが、日本での特定保健用食品（トクホ）指定を知っている若い女性などに人気が高い」

「5月から開かれる上海万博にキッコーマンが出店する高級料亭「紫 MURASAKI」。日本企業や自治体が共同出展する「日本産業館」内に設け、懐石料理は1人3000元（約3万9000円）のコースのみ。上海の大卒初任給に相当する金額で話題になっている」

#### <「200円」の衝撃 乱立する低価格弁当 雇用不安が後押し> (100415 毎日)

「デフレが進む中、500円の「ワンコイン弁当」はもはや当たり前。今では、200円台の弁当店が各地に乱立している。安さの秘密は薄利多売とコスト削減だ」

「原材料費の目安は販売価格の約6割に当たる120円前後」

「白身魚のフライ弁当の場合、原価はご飯40円にのり10円、白身魚のフライ20円、中国産コロッケ13円、スパゲティ20円、野菜炒め10円、漬物10円で計123円。容器代や人件費などを引いた1個当たりの利益はわずか約10円」

「格安弁当に目立つのが鶏の空揚げやチキンカツ、コロッケなどの揚げ物。安い衣部分でボリュームを稼ぐ」「値段を下げるのに揚げ物を増やすのは業界の常道。衣を分厚くすることもある」

「4月上旬、ネット上に食材市場を開く「M マート」（東京・新宿）のサイトには定価から大幅に割り引かれた格安食材が並んでいた。弁当店や居酒屋、旅館の買い付けが目立ち、ネットに載せたら即日完売するケースも多い。売り手は大手食品問屋で、外食やスーパー向けの売れ残りが中心だ」

「格安弁当が売り上げを伸ばす背景には、消費者の格安志向だけでなく、所得格差の拡大や雇用不安が影を落とす」

「厚生労働省が昨年10月に初めて公表した「相対的貧困率」。07年の国民の年収分布の中央値（228万円）に比べ、その半分に満たない国民の割合は15.7%。国際比較ができる03年段階で世界4位（14.9%）の高さだ。生活保護世帯は05年に戦後初めて100万を突破し、今年1月（速報値）には約131万8000に達した」

「夕暮れ時、70歳前の白髪の男性が、種類の違う200円弁当を5個も買い込んだ。「買いだめしたのは出歩くのがおっくうなため。1日1食で弁当1個。残りは冷凍しておくんだよ」