

今どき、こんな新聞勧誘あるの

自宅の周りのゴミを拾い終わって、家に入ろうとしたときである。一台の車が門の前に停まった。運転手はこちらを向いてニコニコしている。「おや、知り合いかな」と思って、こちらでも少し笑顔で降りてくるのを待っていた。初老の頭の白い眼鏡の小太りの男性であった。「知り合いではないな」と思った。

なんと新聞の勧誘であった。手には何か頒布品を持っていた。東京に本社を置く大手新聞社の勧誘員である。その馴れ馴れしい言葉に驚いた。勧誘員「今どこ取っているの。うちの新聞とってくれないかな。」こちらが、取らないと言うと「目標足りないんだよね。3か月でもいいからさ。なんとかお願いできないかな。」と終始こんな感じで驚いた。初対面の家主に対する言葉使いではないなと思った。自分は「新聞は自分のニーズに合ったものを取っているの、お宅の新聞は要らない」と回答すると、ろくに挨拶もせずあっという間に車で去っていった。失礼この上ない。

今でもこんな勧誘していることに驚いた。自分も大学生の頃、アパートによく新聞勧誘が来た。同じような勧誘方法だった。もう40年以上も前のことである。自分の目標が足りないのは、こちらになんの関係のないことで、新聞購読の動機にはならない。当然のことである。

ネットニュースやデジタル新聞の普及でスマホでもタイムリーにニュースを見ることができ、新聞業界も苦境にあると思う。それに、若者の新聞離れである。過疎地域では新聞販売店も減っている。配達員も足りなく、経営は厳しいと思う。

地元新聞が読まれるのは、地域の情報に紙面を割いてその地域に根付き読まれるよう工夫しているからである。大手新聞はそうではないと思う。地域に支局もないから、細かい取材もできないだろう。

地域で購読数を伸ばしたいのなら、地域住民のニーズにあった紙面創りに励めばよい。勧誘員の目標は知ったことではないし、態度や言葉使いを改めないと新聞社や販売店自体の信用がなくなると思う。時代遅れも華々しい。

ゴミのポイ捨て

日本は世界的に見ても衛生観念が高く清潔な国であると思う。海外旅行をすると日本のインフラ整備の先進性や清潔感を強く感じられる。

町中にはほとんどゴミは落ちていないし、会社や施設、店舗などのまわりは、皆が毎朝きちんと掃除をする。学校でも生徒自らが掃除をする。小さい頃から身の回りを掃除や片付けをするよう教育されてきたことも、この国が「美しい国」になったことの一つであろう。

今から20年位前までは、タバコの吸い殻のポイ捨てが普通にあったが、現在はかなり減ったと思う。

しかしながら、今でもゴミや吸い殻を平気で町中や道路、道端、草むらなどに捨てる者が決して少なくない。自分は車を運転するが良く見かけるのが、コンビニゴミか家庭ゴミをレジ袋のまま道路に廃棄することである。これは、頻繁に見る。見るが自分はそれを拾って片付けることはしない。他人の捨てたゴミを拾うのが面倒だからである。道路の維持管理者や誰かが片付けてくれる位の気持ちしかない。これも自分ながら情けないことと思う。

でも、自分は絶対に道路にゴミは捨てない。吸い殻も捨てない。それは、人間として恥ずべき行為であることを知ったからである。また、「美しい国」に誇りを持っているからである。正直、若い頃は吸い殻を平気で捨てた。世につれ人は変わるものと感じる。

自分の家の周りにも、ゴミや吸い殻、ペットボトル、空き缶などが捨てられている。自分の家なのでしょうがなく掃除をする。特に春先、雪解けが始まると結構な量のゴミやらが出てくる。「俺は捨てないのに、誰が捨てるんだろう。親のしつけが悪いんだろう、人間として駄目なやつなんだろう」と少し怒りを覚えながらゴミを片付ける。

全国的に各自治体も「ポイ捨てを禁止する条例」を制定し、士別市も「空き缶等のポイ捨て及び飼犬等の糞害の防止に関する条例」を平成17年に制定している。内容を見ると「勧告及び命令等」はあるが「罰則」がないのである。地方自治体では違反した場合、罰則、罰金を取るの難しいのかわからないが、全国の市町村では少額の罰金を課しているところもあるようだ。なかなか役所の職員が罰金を取るのは大変な苦勞となるのではないと思う。

自分は、警察が取り締まることが最も効果的でないかと思う。高額な罰金を科する。シンガポールが良い手本。

本来、ポイ捨てがいけないことであると子供に教えるのは、第一に親、第二に学校であると思う。自分も親だが、自分が小さい頃と比べると「甘い」親になってしまった。昔の親は厳しかった。現代、共働き世帯が増え子どもと接することが減っている。ゲーム全盛期であり、部屋に閉じこもっている時間も長い。「親父の威厳」も地に落ちた。昔は悪いことをしてげんこつでひどくやられたものだ。家庭で「正しい躾」をする時代はもう来ないのか。

最後に、貴方が捨てたゴミは、善良な市民らが片付けしていることを良く考えて欲しい。

となりの婆さんのケツにかみついた

私が3～4歳頃の実話。私の家は商店を営んでいて、両親は家業に専念しており祖母と一緒にすることが多かった。自然と「ばあちゃん子」になり、とんでもなく意気地のない子供だった。

特に保育園へはひとりで行けず、ばあちゃんに連れられて行ったものだから、良く保育園の園長夫人に皮肉を言われていたそう。これは良く母親に聞かされし、今でも90歳近い母親は身内の集まりで余計なことを毎回言う。恥ずかしいのでもうやめて欲しい。

そんなことで、保育園では良くいじめられた。いじめっ子に缶バッチやワッペンなど大切

なものを取られて、しょっちゅう泣いて帰ってきた。親父が怒る「なさない」。

ある日、家の裏の畑で「うちのばあちゃん」と「となりの婆さん」が立ち話をしていた。私は、ばあちゃんのまわりで遊んでいた。遊んでいながらその会話を聞いていた。聞いているうちに、どうやら私の母親の悪口を「となりの婆さん」が言ってるようだった。聞いているうちに腹が立ったのを覚えている。とたんに、「となりの婆さんのケツ」にかみついたのだ。3～4歳の頃の記憶、これがまた残っているもので、「いてえ、何すんだこの子は！」と隣の婆さんに怒られた。不思議と泣いた記憶はない。

小学校生までは意気地なしであったが、高校に入るくらいから性格が悪くなり、良くかみつく人間になった。これは違う意味での「かみつく」で、気に入らないことがあったら遠慮しないで即座に文句を言う。歳を重ねるごとに「かみつき度」が高くなっていった。今が最高かなと思う。幼いうちから「かみつき」の才能が備わっていたのだろう。

「うちのばあちゃん」も「となりの婆さん」も、かなり前に他界している。昭和30年台中頃の記憶。

新聞を読まない現役世代

最近感じることがある。自分の会社を訪ねてくる現役世代の営業マンは、新聞を読んでいるのだろうか。経済関係であれば日本経済新聞、北海道の幅広い情報や地域のニッチな情報は北海道新聞や地元土別の道北日報、特に地域に特化した道北日報は他紙にない繊細な記事が読める。

市の職員のなかにも、北海道新聞や道北日報を読まないものがいた。地域に根差した仕事をしているのだから、購読料を払っても読むのが仕事の一部ではないか。地域の出来事や潮流を頭に入れながら地域の抱える問題に向かうのが本来の地方公務員ではないかと思う。

スマホでネットニュースが瞬時に流れる時代である。これも主に全国ベースのもので、地域版もあるが、地元新聞を隅々まで読むことで自分の住む地域の情報をより深く知ることが出来る。紙に勝るものなしと自分は思う。

自分は家で、毎朝6時頃に北海道新聞は隅々まで読む。会社に来てからは日本経済新聞を読む。夕方には家で道北日報を読む。その中で、仕事に必要な記事は自分の会社内で回覧する。自社本業と取引先に関係する記事が主である。これは、二十年以上続けてきたことである。

例えば、自分の会社の営業マンが取引先の社長や幹部と会い、その日の朝に掲載された取引先に関する記事を読んでいないと、どう思われるだろうか。意識の低い営業マンとの評価を受ける。逆に、営業マンからその記事の話題を切り出して、もっと詳しく質問などをしたら、その評価は抜群となる。取引先の幹部は、自分の会社のことに興味を持ってくれていることで、とても嬉しく思うのである。ここから信頼関係が生まれる。信頼関係がそのうち成果となる。

新聞から話題をつかむのは営業成果につながる。経済指標の動向や取引先の業種に関する動向、地域の目立った情報などを訪問先に持っていくのである。必要であれば、新聞記事を切り抜きし取引先に提供することも効果的である。

自分も会社を経営しているので、話題や情報のない営業マンが来たら話は盛り上がらないので、早く帰って欲しいと思う。何をしに来たのだろう、と思う事が多い。

現役世代に言いたいことは、自分でお金を払って地方紙、地元新聞は読め、である。日本経済新聞は会社で読む。そんなに新聞代を払ったらスマホ料金が払えなくなる。

市内の地方銀行の支店長で、ぶ厚い手帳にたくさんの新聞切り抜きや経済指標をまとめたものや取引先に提供するペーパーがギッシリ入っていて、関心したことがある。その支店長は転勤したが、経済指標や動向、先行きの相場観はしっかり持っていて、さすがプロの金融マンであった。興味のある会話となり、ついつい長くなる。

組織の幹部は、部下職員のうち新聞を取っていない者を調べたら良い。まったく取っていない者には購読を推奨。お金を払って新聞を読む大切さを教えて欲しい。

バナナジュースは美味しいんです

バナナジュースはとても美味しいと思う。バナナとミルクとシロップ、アイスをジューサーミキサーに入れ作るのだと思う。子どもが小さい頃、ミックスジュースを家族で楽しもうとミキサーを家電量販店で買ってきた。

嫁が作るのはバナナジュースだけであったが、子供たちには人気があった。週一位のペースで楽しんだらうか。私も好きだった。バナナの香りとミルクがマッチし、新鮮でとても美味しかった。

ある日の夕食後、事件が起きた。家族の要望で妻がバナナジュースを作ることになった。いつもの手順で材料を入れてミキサーを回した時に、中身が部屋中に飛び散ったのである。妻はミキサーの蓋をし忘れたのであった。掃除が大変だったと記憶している。

一回位の失敗は誰でもある。しかしその後の家族の対応が悪かった。次にバナナジュースを楽しもうとした際、私がふざけて「蓋ちゃんとしめたかい」と妻に言った。子供らもそれに反応してゲラゲラ笑った。

これがいけなかった。妻はすっかり気分を害してしまった。その日のバナナジュースは取りやめになってしまった。三十数年位前のなつかしい思い出である。

それ以降、我が家ではバナナジュースは完全に消滅した。ジューサーは納戸に埋もれている。たまにバナナジュースが無性に飲みたくなる。三人の子供も家庭を持ち夫婦二人となった。今度妻に言ってみよう。「バナナジュース作って」と。

運転モラルの低下と高齢者ドライバーについて

以前も本紙に寄稿したが、最近、さらに自動車運転モラルが劣化していると感じることが多い。

まず、高齢ドライバーについてであるが、まさに「走る凶器」との場面に出くわすことが度々ある。優先道路を直進で走っていると、一時停止標識のある右側道から「まったく一時停止せずに出てくる車」に遭遇した。運転者は「明らかに高齢の男性」であった。自分は街中では低速走行に徹しているので上手く回避したが、相手の運転手は詫びもせずそのまま行ってしまった。この国も事故回避の防御運転が不可欠と思った。

よく見るのが、一時停止標識を全く無視して通過する輩である。この違反をする高齢者を多く見かける。中には若い男性や女性ドライバーが「スマホ片手に」一時停止無視である。これも結構遭遇する。車の運転を舐めているとしか思えない。そのうち事故を起こすなと思う。

旭川から士別・剣淵の高速自動車道では、ほぼ法定速度で走っていると「煽られる」ことが度々ある。これだけ世間を騒がしている「あおり運転」。罰則も厳格になったのに依然として多い。

プロのドライバーの信号無視をよく見かける。明らかに信号が赤に変わったのに平気で交差点を通過する。これは貨物トラックが多い。トラック会社はドライバーの運転姿勢をドライブレコーダーで確認するようにしたら良い。先日も道道を走っていると「ビートを積んだ」ダンプが物凄いスピードで対向車線を走っていた。100キロ近くは出ていたと思う。この会社はタコグラフでドライバーの速度超過をチェックしていないのだろうか。

やっと、数年前から75歳以上の高齢ドライバーの免許更新が厳格化された。公安委員化には、まだまだ厳しくして欲しいと思う。認知機能や運動能力が明らかに落ちた人が運転する自動車は「走る凶器」、いつ人を殺めてもおかしくない。そう自分や家族が感じたら早めに「免許返納」して欲しい。死亡事故を起こしてしまったら、どれだけ後悔するだろうか。警察も交通違反の取り締まりを厳しくして欲しい。速度違反だけではない、運転モラルの低いドライバーには厳しく対処して欲しい。

民度が素晴らしいと言われている日本、最近、そうでもないと感じていることが多い。

過疎からの脱却～市街地商店街の再生を考える

まだ小中高生が多かった昭和の時代、商店街や喫茶店、レストランなどが栄えていた。街中は、商品やサービスを求めて多くの人往来していた。今となれば、とても懐かしい風景である。士別市の人口も3万人近くいたような記憶がある。

今と比べて変わったことといえば、人口が減ったこと、子供の数が減ったこと、郊外に大型店舗やスーパーが出来たこと、皆が自家用車を持つ時代になり高速道路が出来て旭川や札幌まで楽に行けるようになったこと、などが挙げられる。

今、士別市内を歩いている人を見かけることは本当に少なくなった。昭和の時代、高校生は喫茶店にたむろし賑わい、相当数の喫茶店が営んでいた。年末の売出しや正月の初売りに商店にたくさんの客が押し寄せていた。店の中が客でごった返していた。農家の方は、夏は馬車、冬は馬そりで街まで来ていた。街に出るのは年末、年始位だったろう。とにかく街には活気があった。ゴーストタウンのようになった今の士別市街地商店街。全国の地方都市などで見られるシャッター街である。商店主も高齢化で後継者もなく廃業している。

このままで良いのか、いつも思う。停車場通りなんか本当に寂れてしまった。数件の店舗が頑張っているが、頭が下がる思いである。良くやられていると思う。商店街をなんとか再生できないものだろうか、無い頭で少しばかり考えてみた。

1. 駐車場の確保、整備を徹底して行う。市街地に広くて利便性の高い無料駐車場をポイント毎に設置することである。車社会に適合した利便性である。店舗の近くにそのような駐車場がたくさんあればとても行きやすい。
2. 空き店舗の再利用を進める。安く売買する、安い家賃で貸す。若い年代の大都市離れが進んでいるという。Uターンを考えている若者らもいるだろう。その流れを活かせないだろうか。「定住化推進」と強力な「サポート」である。
3. 「事業承継」を進める。まだまだ営業的価値があるのに、後継者がいなく廃業を考えている店は相当数あると思う。市内外から後継者を募る。そのための支援態勢を創る。
4. 魅力ある店舗づくりのため地域や店のスタイルに合った改装を行う（フィジカル面）。商業地域としての個性的な独自のスタイルの確立が必要ではないかと思う。
5. 大型店は品揃えが多いが、専門店ではない。品揃えやサービスは専門性の高いものに特化し、大型店にはない客層を呼び込むことである。大型店には無いアフターサービスもしっかりやる。専門性の高さによっては市外からの固定客を捉えることができる。個性があり親身であり魅力ある店創りである（スキル、メンタル面）。
6. 市内外の消費者への情報発信は個々の店で SNS を活用し強化することであるが、一商店では限界がある。より必要なのは、各店舗の名前、商品、サービス、専門性をひとまとめにした発信を行うことである。道の駅や SNS 等を活用し、一元的に情報発信を行うことにより、大きな効果が生まれるのではないか。
7. 高齢者や学生にとって利便性の高い路線バスやハイヤー網の再構築である。安価で行きたいところへ行きやすい経路の運行である。料金は低額にすることが人流を活性化させる。
8. 自治体の役割・・・本気の実行（連携）委員会の立上げ。自治体が本気にならなければ過疎化は止まらない。人口減少はやむを得ないことと自治体や企業、市民があきらめていたなら、この先も加速度的に減少は続く。
 - ①駐車場の確保、地元不動産業者等との連携
 - ②強力な「定住化促進」と「事業承継」の専門機関の設置、後継不足や空き店舗の情報収集及び地域金融機関との連携

- ③魅力ある店舗創りへの資金支援強化、地域金融機関との連携
- ④専門的アドバイザーの確保（但し専門家への丸投げはしない、あくまでも主役は自治体と市民）
- ⑤地元新聞社等マスコミとの連携による全国への情報発信
- ⑥公共交通機関との連携
- ⑦地元店限定の地域通貨等買物利用者への高ポイント付与、商工会議所、地域金融機関等との連携 等

以上には自治体による金銭的支援と民間企業も含めた人的サポートが不可欠である。また、信用金庫など地域金融機関も地域創生のノウハウを蓄え、より本気かつ本格的に踏み込むことも流れを変える大きなものと思う。官民が一丸となり半永久的に継続的に推し進めることである。

過疎になる大きな原因は、少子高齢化と雇用の乏しさであると思う。地元の学校を出ても都市圏に就職してしまう。就職して安定したら親と同居のため住宅を建てる。親は転居し、士別市に長年生活していた一家族の都市圏流出である。士別市内では就職先が限られてしまい、大都市は魅力がある。士別市が全国に誇れる魅力のある街になるにはどうしたら良いか、このままでは、いずれ本物のゴーストタウンになってしまうような気がしてならない。

言いたい放題の 士別軌道の社長 井口 裕史 67歳