



のこのこたより

令和 8年 5月 133号



社会福祉法人晃宝会

特別養護老人ホームあじさい園 宝

住所：奈良市南肘塚町99番1

電話：0742-24-0878

fax：0742-23-0373

社会関係資本（ソーシャル・キャピタル）

最近注目されているキーワードです。私達は社会関係資本が人生を大きく左右する時代に生きていられると言われています。

長倉頭太（ながくらけんた）氏いわく

『社会関係資本とは「あなたが持つ人間関係のネットワーク」のこと。現代社会においてはこのネットワークの広さと多様性が重要性を増している。専門性を極める時代は終わりつつある。』

早期から専門性に特化するタイガーウッズ型の成功より多様な経験を持つロジャーフェデラー型の成功が現代ではより一般的になってきた。つまり、タイガーウッズは2歳からゴルフを始めひとつの競技に集中して世界最高峰に上り詰めた。

一方のフェデラーはテニスだけではなく、サッカー、バスケットボール、バドミントンなどさまざまなスポーツを経験し、10代後半まで特定の競技に特化しなかった。しかし結果的にフェデラーの幅広い経験がテニスの創造性や適応力を育み、歴史に残る偉大な選手となった。このタイガーウッズ型とロジャーフェデラー型の対比は人間関係の構築にも当てはまる。

かつては少数の深い人間関係家族、親友、同僚などに集中する戦略が有効であったが、現代社会では「広く浅く長く」多様な人々とながらフェデラー型の人間関係がより大きな価値を生み出すようになってきている。社会関係資本は目に見えない資本でありながら、金融資本や人的資本と同様に、あるいはそれ以上に重要な役割を果たす。単なる知り合いの数ではなく、必要な時に助け合える関係性の広がりを目指す。

専門化が進んだ現代社会では逆説的に「広く浅い知識」と「多様な経験」の価値が高まっている。それは問題が複雑化しひとつの専門領域だけでは解決できない課題が増えているのが理由だ。人間関係において「広く浅く長く」維持することの価値が高まっている。幅広く多様な人々と「ゆるやかにつながる」ことが、予測不能な未来を生き抜くための重要な戦略となっているのだ。』

時代の変化や変化の速さに戸惑うことへのありがたいメッセージと受け取りました。

あじさいサロン開催！実習生さんも参加され、地域の皆様と手話や体操、季節の歌を楽しみました。



3月生まれのご利用者様「お誕生日おめでとうございます。」スタッフより手作りのフレンチケーキがあり、記念写真も撮りました。



本末先生によります、健康体操開催！とても暖かい日で、ご利用者様は身体を動かされ気持ちの良い汗をかかれました。



晃宝会の創立記念日にお祝いの松花堂弁当を召し上がっていただきました。皆様「おいしいわ」とお喜びいただきました。



鴻/池公園でお花見をしました。ご家族様にも参加いただき素敵な笑顔の記念撮影ができました。



5月の行事予定
5日：端午の節句(昼食会) 12:00
11日：あじさいサロン 14:00
15日：誕生日会(手作りケーキ) 15:00
21日：極楽棒あすかこども園との 10:15
交流会

あじさい園 30周年記念式典に参加しました。オーケストラの生演奏も聴かせていただき、「楽しかったわ」とお喜びいただきました。



園庭でさくらカフェを開きお好きな飲み物を召し上がっていただきながらお花見を楽しんでいただきました。



いつもご協力、ご支援ありがとうございます。事前予約での面会を行っています。お忙しい中面会にお越しいただきありがとうございます。

第108回 歯みがきの歴史⑬

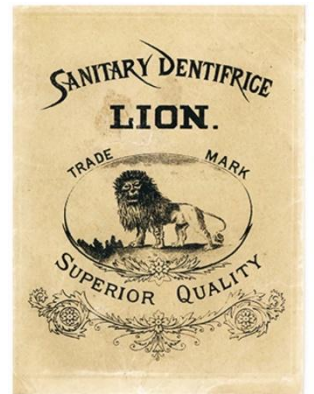
☆歯みがき剤は進化する

現代では、ドラッグストアの陳列棚に、さまざまな歯みがき剤が所狭しと並んでいます。かつては主流だった粉末や潤製（半練）製品、金属チューブは姿をひそめ、ほとんどが使い勝手のよいラミネートチューブ入りの練り歯みがきです。中身も多様、香りや味など使用感が違うだけではなく、製品ごとに異なる薬効成分が含まれているので、自分に合った歯みがき剤を選べます。

でも、その始まりはどうだったでしょう？ 時代が江戸から明治へと変わった頃は、「〇〇散」などと呼ばれる古来の製法による歯みがき剤が売られていました。やがて西洋式歯みがき剤の製法が伝わり、メーカー各社は研究開発に努力、新時代にふさわしい歯みがき剤を世に送り出していったのです。

☆それは獅子印ライオン歯磨から始まった

今から122年前の1896（明治29）年に、「獅子印ライオン歯磨」が発売されました。歯みがき粉としては後発だったのですが、小林商店（現ライオン）の小林富治郎は、使命感をもって製造販売を始めました。「歯みがき粉」という商品を売ることで「歯をみがく」という生活習慣、衛生思想を広めることに力を入れたのです。「この歯みがきを使えば歯臭を治し、むし歯を予防すること妙なり」と書かれた新聞広告をはじめ、広く人々に知らしめるために、今でいうマーケティングの手法を実践しました。それがそのまま、口腔衛生思想の普及活動になっていったのです。たとえば、ライオンは1915（大正4）年に商品カタログを発行しています。現存するカタログとしては最も古いもので、中を見ると、海外でも使用できるように、日本語、中国語、英語の3カ国語で書かれています。そこに載っている「獅子印ライオン歯磨」は、中国語で「獅子牙粉」、英語では「LION BRAND DENTIFRICES」。ライオンが描かれたパッケージは、今見てもなかなかオシャレで、力を入れて作られた製品であることがわかります。「歯刷子」と書いて「ハブラシ」と読みます。日本で初めて商品名に使われた時、時代はもう大正に入っていました。



それまで、歯ブラシの研究は進んでいなかったのですが、東京歯科医学専門学校（現・東京歯科大学）に「歯刷子研究会」がつくられ、小林商店（現ライオン）は、同校の指導のもとに歯ブラシの製造に着手します。

そして、「萬歳歯刷子」を発売したのが1914（大正3）年のこと。この歯ブラシには、次のような特徴がありました。

①弾力性が高く、切れにくい中国重慶産の豚毛を主に使用 ②柄には強靱で熱湯消毒にも耐える牛骨を使用、使いやすいよう外側に湾曲させている ③硬い毛を使い、毛の束は歯の列に一致させて清掃能率を高めている
その翌々年には使用者別に3つのサイズを揃え、1927（昭和2）年には「ライオン歯刷子」と改名。以来、このライオン型が歯ブラシの基本となりました。

☆歯ブラシは高級品？

ライオン型のヘッドの特徴は、植毛部分の先が高く真ん中がへこんでいること。柄は牛の脛骨でできています。ただし、脛骨1本につき柄1本しか取れないため、とても高価なものでした。その後、戦争下で牛骨が不足し、1939（昭和14）年には耐熱性合成樹脂製を使用。2年後にはセルロイドが使われました。やがて太平洋戦争が始まると、セルロイドさえ使えなくなって、竹や木で代用した歯ブラシが出回るようになったのです。戦後は素材の研究開発が進み、動物毛の代わりにナイロンが使われるようになりました。「ライオン歯刷子・ナイロン1号」の発売は1959（昭和34）年。当時かけそばが1杯30~40円のとき1本100円でしたから、ずいぶん高いものだったのですね。



歯ブラシの基本型になった萬歳歯刷子