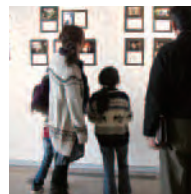


URL ▶ <http://www.iwate-ia.or.jp/>



財団法人 岩手県国際交流協会



2009いわて国際交流

# Iwate International Association 2009

Vol.68



Cultural Exchange: Pagkain sa Iwate

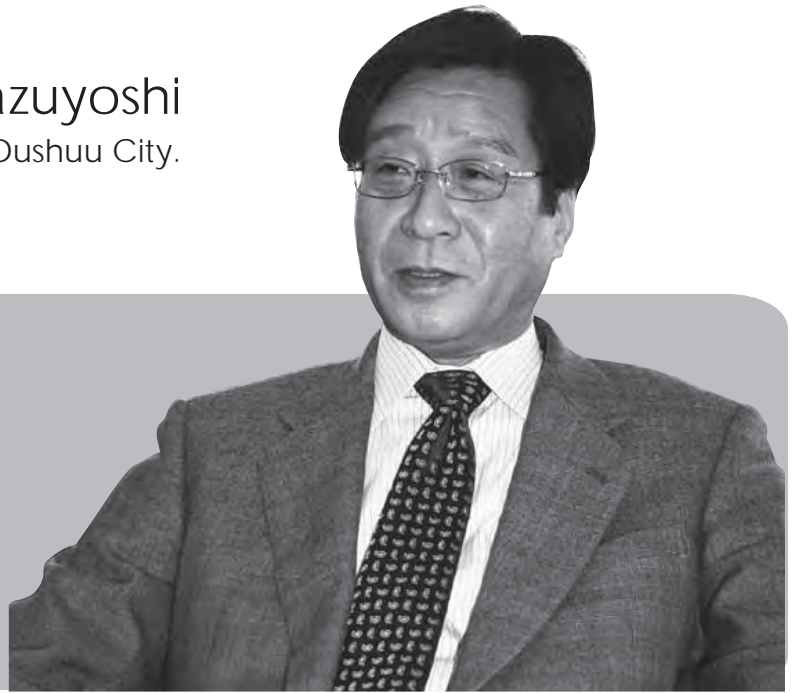


# Filipino

# Isipin ang Kasiyahan at Problema ng Tao

## Interview with Mr. Fujita Kazuyoshi taga-Oushuu City.

Sa maagang pagtutok sa relasyon ng pagkain at kapaligiran, itinayo ang 'Daichi wo Mamoru Kai' upang magkaroon ng ugnayan ang mga consumer at magsasaka ng organic vegetables. Sa kasalukuyan, pinapalawak nila ang network ng mga magsasaka sa buong mundo. Nagkaroon kami ng panayam kay Ginoong Fujita Kazuyoshi ukol sa inter-exchange na naganap sa pamamagitan ng pagkain sa buong mundo.



### InterCultural Exchange sa Asia

Ang layunin ng 'Daichi wo Mamoru Kai' ay ang pangalagaan ang agrikultura at mga pangunahing industriya ng Japan. 40% lamang ang self-sufficiency ratio sa Japan. Kahit maraming lupa na puwedeng taniman, hindi naman ito nagagamit dahil hindi kumikit at kulang ang mga magsasakang sumusunod sa yapak ng kanilang mga magulang, at dahil dito ay nag-i-import ng mga murang pagkain mula sa ibang bansa. Mula sa pandaigdigang perspektibo, hindi ito tama. Iniisip namin na kailangang suportahan ang agrikultura ng Japan upang hindi maubusan ng pagkain ang mga susunod na henerasyon. Inorganisa ng 'Daichi wo Mamoru Kai' ang mga consumer at producer. Siyempre may pagkain na hindi maaaring itanim sa Japan. Mayroong mga pagkain na kailangang i-export tulad ng saging, spices, kape at iba pa. Mula noong 1990, inumpisahan ang interexchange ng mga magsasaka sa ibang bansa sa pamamagitan ng pag-i-import. Noong

nagpasiya kaming magsimulang mag-import, inisip naming hindi namin hahayaang mabenta sa napakababang halaga ang mga pagkain. At inisip din naming sa 'fair trade' lang kami papayag.

Mas mabuti kung nag-e-export ng produkto mula sa Asian countries at mas maganda kung makilala namin ang mga magsasaka. Upang mapalalim ang ugnayang ito, nais naming malaman kung papaano mareresolba ang iba't ibang problema na may kinalaman sa ugnayang magaganap. Dahil dito, kailangan ding pag-usapan ang Comfort Women o Yasukuni. Mahalaga din ang inter-exchange sa kagamitang pang-agrikultura katulad ng palitan ng mga paraan at techniques. Napakaganda ng mga paraan sa agrikultura sa Japan, halimbawa ay ang pagiging productive kahit sa maliliit na lugar. Nais kong itatag ang isang sistema kung saan makakapag-aral ng mga techniques sa stockbreeding, rice farming, gardening, paggawa ng mushroom lalo na sa mga kabataan sa Asya.





## Olive Oil at Palestine

Sa kasalukuyan, mga 3% na kita ang nanggagaling sa negosyo kasama ng ibang bansa. Ang aming kape ay galing sa East Timor. Sinimulan namin ang pag-import ng kape upang matulungan ang reconstruction ng East Timor, isang lugar kung saan nagkaroon ng digmaan nang mahabang panahon. Bumibili kami ng kape doon at pagkatapos ay nagbibigay ng stationery o mga gamit na pang-PE gamit ang 1% na kinita namin. Ang mga interesado sa East Timor o mga nag-alala sa mga bata na nasa East Timor ay magkakaroon ng ugnayan umusbong sa kape.

Galing sa Palestine ang aming olive oil. Ang Palestine ay kilala bilang pinagmulan ng olive oil at ito ay nakasulat sa bibliya. Hindi pa natatapos ang mga political conflict na nagaganap sa loob ng mahabang panahon. Ilang beses na rin akong nakapunta doon. Mahirap pumasok dahil mahigpit ang inspeksyon sa ilalim ng Israelite Military. Subalit nais naming angkatin aang olive oil na galing sa Palestine. Tuwing nakikita namin ang isang drop ng olive oil, nagkakaroon kami ng ugnayan sa Palestine,

halimbawa ay naiisip namin ang tungkol sa conflict ng Palestine at Israel, binabasa namin ang diyaryo, nanonood ng balita. Maraming nais magkaroon ng ugnayan sa Palestine galing sa aming grupo.

Ilang taon na rin ang nakalipas, isinama ko ang mga consumer namin sa Palestine upang mapalalim ang interchange sa mga tao sa Palestine. Bumisita kami sa bukid ng olive at napansin naming ang bukid na nasa taas ay hindi maayos. Tinanong naming kung bakit. Ang sagot nila ay mayroong naninirahang mga Israelite sa taas ng bukid at binabaril daw nila ang mga umaakyat na mga magsasaka. Inaakalang mga taga-Israel Guerilla ang mga magsasaka at natatakot sila dahil marami ring mga bata at babae sa kanilang tirahan. Ang bukid ng olive oil ay nasa lugar na maraming bato at itinatanim nila ito gamit ang donkey.

Naisip ko na sana ay may daang para sa mga magsasaka doon. Kung may daan, makapasok ang maliliit na truck. Hindi lang ito ang dahilan. Maaring hindi akalaing ng mga taga-Israel Army na gerilya sila. Sinabi ko sa mga magsasaka ang ideyang ito. Ang sabi nila ay kailangan ng mga 1 million yen para magpagawa ng daan.

Pagbalik namin sa Japan, sinimulan namin ang kilusan upang magpagawa ng daan sa Palestine. Nanawagan ako at ipinaalam ko na maaari nating suportahan ang mga tao sa Palestine sa pamamagitan ng pagpapagawa ng daan nang hindi gumagamit ng baril at dahas. Pagkatapos nito, nagbigay sa amin ang 1500 na katao ng 1000 yen bawat isa at umabot ito ng 1.5 million yen. Dinala ko ang perang ito sa Palestine at ibinigay ito sa kanila.

Noong bumisita ako noong Nobyembre, mayroon ng magandang 1.3km na kalsada doon.

Ayon sa kanila, 1.3km na daan lang ang napagawa kahit 1.5 million yen ang budget nila ngunit natuwa sila dito. Ang ginawa naming ito ay bunga ng aming hangad na kasiyahan at pag-iisip sa paghihirap ng mga tao sa pagkain. Ito ang kasiyahan ng buhay. Maaari ring malaman ang ibang kultura sa pamamagitan ng pagkain. Napakalaki ng pinsalang naidulot ng digmaan sa Gaza. Gumagawa kami ng 'Food Basket', isang basket na may mga gamit sa pang-araw-araw na pamumuhay sa tulong ng magsasaka na nakatira sa taniman ng olive at NGO. Nagumpisa ang kilusan kasama ang Daichi wo Mamoru Kai na may layuning magpadala ng Food Basket sa Gaza. Makakaipon kami ng 430 thousand yen sa loob ng isang linggo. Ang perang ito ay galing sa mga tao na kumakain ng olive oil, nagbabasa ng aming balita, at nag-aalala sa Palestine.

Anong itsura ng Morioka mula sa kalawakan(space)?

Hindi madaling malaman ang katayuan at kabutihan ng sarili. Naisip ko na sana ay may pagkakataong ikumpara ng mga tao sa Iwate ang Tokyo at Iwate, o Japan at ibang bansa. Halimbawa, kung malalaman nila ang iba't ibang paraan sa ibang bansa tulad ng Korea, Uranbator ng magsasaka, maaaring makahanap ng ibang technique, ideya at kasiyahan sa buhay.

Nag-organisa kami ng kampanyang

pinamagatang'Candle Night for a Million. Ang kampanyang ito ay ang pagpatay ng ilaw ng dalawang oras sa summer solstice at winter solstice. Kung papatayin ang ilaw ng dalawang oras sa 8pm sa buong mundo, nawawala tuloy ang ilaw sa Japan, Korea, Mongolia, Turkey, Iran, Europe at America. Kung titignan ito mula sa kalawakan, makikita ang wave ng darkness sa buong mundo. Kung magkaconnection ang ating ginagawa sa buong mundo, makikita ang movement ng darkness. Ito ay malaking roman. Napakahalagang isipin kung ano ang hitsura ng Morioka mula sa kalawakan, anong hitsura ng mundo at kung anong magagawa natin para dito.

Madaling isipin ang mga bagay na may maikling panahon. Halimbawa, 3 minuto ang kailangan para iluto ang instant noodles. Ngunit, hindi nating iniisip ang mga bagay na pangmatagalan. Halimbawa, hindi natin iniisip kung ano ang mangyayari sa mundo, sa mga tao, at ang kasiyahan pagkalipas ng ilang libong taon.





## Ang kasaganaan ng likas na yaman at mga tao



Ang magsasaka ang maaaring makaantig ng damdamin ng mga tao

Marami pang likas na yamang natitira sa Iwate Prefecture. Hindi kailangang bumili ng pagkain galing sa ibang lugar upang mabuhay. Maaaring maging mayaman ang kalooban kung gagamitin ang mga resource na ito, mga tao at kalikasang nasa Iwate. Bahagyang kakaiba ang sinasabi ko dahil umalis din ako sa Iwate. Kung titignan lang ang mga kulang sa lugar, mawawala ang kasiyahan.

Ang Bali ay sikat sa kanilang magandang sining, pottery at sayaw katulad ng Kecha o Legong. Ang mga magsasaka ang sumasayaw at gumagawa ng mga ito. Kapag sumisikat ang araw, nag-uumpisa na silang magtanim. Bumabalik sila sa bahay sa hapon dahil sa sobrang init. Habang nasa bahay sila ay nag-eensayo sila ng sayaw at gumagawa ng sining at mga seramiko. Pagkatapos nito, bumalik sila sa bukid nang takipsilim at nag-uumpisa ulit na magtanim.

Tinanong ko sa mga magsasaka sa Bali na kung bakit magaling sila sumayaw at maaaring ma-move

ang mga tao. Ang sagot nila ay dahil nagsasaka sila. Ayon sa kanila, 'nagsasaka kami sa bukid mula sa umaga. Nakikita naming ang mga maliit na insekto at hayop. Nabibigyan nila kami ng lakas at ipinapasok ang mga ito sa loob ng katawan ko. Minsan natutuwa at na-impress kami sa paglalaki ng halaman katulad ng palay. Na-impress din kami kung makapagusap kami ng mga dayuhan. pinapakita namin ang impresyon nito sa sayaw. Nag-praktis kami ng sayaw mula noong bata pa kami. Dahil doon, kaya naming sayawin ang kahit ano. Ngunit hindi maaantig ang damdamin ng tao kung sayaw lang. Kulang pa. Sa pagpapakita ng emotion at inspirasyon sa sayaw maaantig ang damdamin ng mga tao. Dahil mga magsasaka kami kaya naming magawa iyon.

'Nais kong ipaalam ang istoryang ito sa mga magsasaka na nasa Iwate. Maaaring mabighani nila ang buong mundo dahil magsasaka sila. Ang magsasaka ay isa sa mga pinakamagandang trabaho. May natitira pang mga likas na yaman at maraming mababait na tao sa Iwate. Kung nararamdaman nating maaasahan ang mga ito at nagpasiyang mamuhay dito, maaaring maging masagana ang Iwate'.

### (Profile) Fujita Kazuyoshi

Siya ay ipinanganak bilang ikalawang anak noong 1947 sa pamilya ng magsasaka sa Ohshu City. Nagtapos siya ng Law sa Sophia University. Noong 1975, itinayo niya ang Non-Government Organization na tinatawag na 'Daichi Wo Mamoru Kai' upang pasikatin ang Organic Vegetables. Noong 1977, itinayo niya ang Daichi Corporation (na naging 'Daichi wo Mamoru Kai Corp.'), bilang logistics department ng Daichi wo Mamoru Kai at nanguna sa mga social venture company. Sinimulan niya ang pangangampanya sa organic agriculture, pagkain, kapaligiran, enerhiya, edukasyon, at iba pang mga problema. Noong 1990, itinayo niya ang International Department upang patibayin ang kooperasyon ng mga magsasaka sa buong mundo. Siya ang presidente ng Daichi wo Mamoru Kai, presidente ng Daichi wo Mamoru Kai Corporation, at presidente ng Asis Noumin Genki Daigaku. Siya rin ang nag-umpisa ng pangangampanya sa 'Candle Night for a Million'.



Website ng Daichi wo Mamoru Kai <http://www.daichi.or.jp/>

## Cultural Exchange: Pagkain sa Iwate

Ang Pagkaing Hapon ay sikat sa ibang bansa dahil masarap ito at ligtas sa sakit. Nag-focus kami sa pagpapakilala ng pagkain at mga gamit sa pagluluto sa Iwate sa ibang bansa. Ang pagkain ay bahagi ng kultura.

Ngayon ipapakilala namin sa inyo ang kahirapan at kasiyahan at Cultural Exchange sa pamamagitan ng pagkain.

## Export ng Pagkaing Iwate sa Buong Mundo

~~mga Pagsubok sa Export Promotion Conference~~



Ginanap ang 'Iwate Agricultural and Marine Product Export Promotion Conference' noong Marso upang i-promote ang pagkain ng Iwate sa buong mundo. Ang 'Iwate Fair' ay ginanap sa mga supermarket sa Thailand, Malaysia, Hong Kong, Taiwan, at Singapore sa tulong ng gobyerno at mamamayan. Ito ay isinagawa upang pasikatin ang pagkaing Iwate. Nagkaroon kami ng panayam kay Ginoong Kiyoshi Nozawa, isang taga-Agricultural at Marine Product Department sa Iwate Prefecture at siyang nangasiwa ng Iwate Fair. Pinag-usapan namin ang kahirapan at pagtuklas sa mga paraan sa pagpapasikat ng pagkaing Iwate sa mga tao na may ibang kultura.

Alamin ang pagkakaiba ng kultura

Sa Southeast Asia, madaling i-promote ang mga produkto dahil maganda na ang reputasyon na ito ay ligtas. At nararamdaman namin ang pagkakaiba ng kultura at pagkain. Halimbawa, sa pagsaing ng bigas, hindi masarap kung nagkamali sa dami ng tubig o paraan na pagsasaing. Iba din ang tubig sa Southeast Asia at Japan; Sa Southeast Asia, hard water ang ginagamit sa karamihan ng mga bansa. Kung iba ang uri ng tubig, kailangan naming isipin kung papaano magsasaing ng bigas gamit ang hard water. Paminsan minsan nagiging matigas ang kanin kapag nagsaing sa Japanese Rice Cooker dahil iba din ang voltage sa ibang bansa. Nahihirapan kami sa pagluluto ng katulad ng pagluluto namin sa Japan, maging ang pagtuturo nang wasto kung papaano lulutuin ang mga pagkain ay mahirap.

Hindi rin pareho kung ano ang masarap at kung ano ang hindi masarap depende sa bansa. Hindi nasasarapan ng mga Japanese kung sobrang malambot ang noodles tulad ng Reimen o Wanko soba. Subalit mas gusto ng mga tao sa Hong Kong ang malambot na noodles. Kaya sa Hong Kong hindi tanggap ang hindi malambot na noodles. Walang tradisyon ng pagkain ng matigas na noodles doon. Maging ang pagbebenta ng mansanas. Sa Japan mahal at mahalaga ang mansanas na may honey sa loob. Ngunit sa Hong Kong bibihira ang ganyang uri

ng mansanas at hindi ito sikat. Ipinakita namin sa kanila ang honey sa loob ng mansanas ngunit sa tingin nila parang nabubulok ang ganoong uri ng mansanas. Minsan ang common knowledge namin ay sa Japan lamang popular. Dahil dito, kailangan naming ibagay ang aming mga produkto sa kanilang kultura.

Kailangang Magkaisa kung Susubok sa Malaking Negosyo

Maraming bagong kasali at hindi pa nag-uumpisa ng negosyo ang dumalo sa Iwate Fair. Subalit nalaman namin kung ano ang reaksyon ng mga bisita at nagkaroon kami ng pagkakataon na makausap ang mga taong galing sa ibang bansa. Gusto sana naming salihan ang ganitong okasyon ng mas marami pang tao. Mahirap ibenta ang mga produkto nang mag-isa. Ngunit maaaring subukan ang mas malalaking negosyo kung magkakaisa ang marami. Kung magkakaisa kami, maaari kaming magpalitan ng karanasan habang nag-uusap-usap sa inuman.

Noong isang taon lang sinimulan ang Iwate Fair. Kasisimula lang ng proyektong ito. Unti-unti naming nalalaman at naiintindihan ang kultura ng ibang bansa at buhay sa ibang bansa. Dahil maraming produktong may magandang reputasyon tulad ng mansanas, Pacific saury, scallop at iba pa, iniisip namin na sa susunod na taon ay i-expand pa ang negosyong katulad nito na pangmatalagan.

# kilalanin ang kultura ng bawat isa

Mr. Nakamura, isang lecturer sa Cooking School sa Dalian, China. Ipinakilala niya ang Japanese Cuisine na gumagamit ng pagkaing mula sa Iwate Prefecture sa harap ng maraming bisita sa Iwate Fair na ginanap sa Hong Kong. Ang event na ito ay lumabas sa Local magazine at naipalaganap sa mga activity centers sa ibang bansa.

Katsuhiro Nakamura,  
Nakamuraya



Noong nakaraang taon, nagtayo ng mga booth sa Business Convention na inorganisa ng Iwate Prefecture sa Dalian. Ito ang dahilan kung kaya nakatanggap ako ng offer galing sa Cooking School sa Dalian.

Sa tingin ko, upang maibenta ang produkto, mahalagang ilagay ang 'KOROMO (coating)' katulad ng Ohagi at Tempura. Ang ibig sabihin ng Koromo ay kultura ng Hapon o damdamin ng magsasaka. Napakahalagang ipaalam ang mga ito. Siguro ay mas madaling magdala nang maramihang high quality goods katulad ng Awabi (ear shell), Namako (Sea cucumber), Scallop (Kaibashira) katulad ng ginagawa ng mga business company. Sa ganitong paraan ay madaling makakabenta at madaling kikita ngunit mahirap ipaalam ang kagandahan ng bansang Japan. Lalo na' t mataas ang palitan ng yen ngayon. Kaya sa aking palagay ay talagang mahalaga ang maglagay ng Koromo.

Upang iparating ang ibig sabihin ng KOROMO, mahalaga ang wika. Nararamdaman ko ang kahalagahan ng wika tuwing pumupunta ako sa ibang bansa. Kung marunong akong magsalita ng wikang Chinese, mas madaling magpromote ng produktong galing sa Iwate Prefecture. Halimbawa, (kung marunong ako mag-chinese,) sa kaso ng pagbebenta ang Awabi (Ear Shell), maaring magturo kung papaano ito lutuin, halimbawa, "ito ay steak ng Awabi, ginagamit ang ganitong sauce" o sasabihin ko sa mga bisita ang trivia na, ' Ang awabi sa Sanriku province ay lumalaki sa ganitong lugar, masarap ito dahil kumakain ito ng masarap na seaweeds.' Ngunit mahirap iparating ang nuance kung interpreter ang magpapaliwanag. Minsan nalulungkot ako.

Ang napansin ko noong nasa China ako ay maraming pagkain na masarap at may mataas na kalidad. Ngayon, hindi na maganda ang reputasyon ng pagkaing galing sa China. Ngunit ito ay dahil sa iilang masasamang import company. Marami kasing magandang isda at tahong sa palengke. Noong pumunta ako sa Dalian, nagluto ako ng Japanese Cuisine gamit lamang ang lokal na pagkain. Nagulat silang lahat, dahil nakapagluto ako ng lutong Hapon gamit ang pagkaing galing sa China. Ang sinabi ko sa kanila ay, "Syempre naman, pareho lang ang mga isda at tahong ng Hapon at China.

Sa totoo lang, mayroong mga Chinese na nag-iisip na "Ang mga Japanese, masama ang sinasabi at mababa ang tingin sa mga pagkaing Chinese. Noong sinabi ko na 'Hindi, maraming magandang pagkain sa China at nakapagluto ako ng masarap na pagkain.' natuwa sila dahil sa sinabi kong iyon. Ang mahalagang bagay ay

huwag tanggihan ang kanilang kultura. May magandang kultura ng pagkain sa China. Marami ring masasarap na pagkain. Kailangang tanggapin ang kanilang kultura habang ipinapakilala namin ang aming sariling kultura.

## Kahalagaan ng performance

Nagkaroon kami ng iba' t ibang ideya noong sumali kami sa Iwate Fair sa Hong Kong. Maraming alam tungkol sa basic japanese food ang mga buyer galing sa China. Nais nilang malaman ang mga bagong impormasyon tungkol sa mga pagkaing Japanese. Kaya nagpakain kami ng mansanas na dekalidad ang lasa at may sawsawang Wasabi ng Miyamori. Nagulat sila sa mga ideya namin ngunit nasarapan daw sila. Importante din ang performance sa Fair. Baka magsawa ang mga bisita kung simpleng tasting lang ang gagawin. Gumawa rin ng Onigiri na may palaman na Uni si Governor Tasso sa harap ng mga bisita at natuwa ang mga bisita sa performance niya. Ayon sa kaniya, nag-ensayo raw siya bago pumunta siya sa Fair at natuwa naman ang mga bisita sa kanyang performance.

Nagperform din ako sa harap ng mga bisita. Inihaw ko ang Awabi at inilagay ang Sake sa kawali para lumaki ang apoy. Sa totoo lang, ihinalo ko ang dekalidad na Sake, dahil mahirap gumawa ng malaking apoy kung ordinaryong Sake lang ang ginagamit. Kailangan ang ganiyang performance para mapabilib ang mga bisita. Matindi ang reaksyon ng mga bisita: sinabi ng mga bisita na napakaganda ng performance at paglalagay sa plato. Higit sa lahat, masarap ang mga pagkain. Lumabas din sa local magazine ang 'Food Kingdom Iwate' .

Bago ibenta ang mga produkto mahalagang magka-interes sila sa Japan. Kapag bumisita sila sa Japan, mapapabuti ang relasyon sa mga bisita at mas mapapatibay ang business. Nagtuturo ako ngayon sa Cooking School sa Dailan pero marami akong natututunan mula sa mga Chinese. Kaya nais kong salubungin ang mas maraming trainee sa Iwate. Sa palagay ko ay mas magiging mahalaga ang international exchange sa mga mamamayan.





## Pagsisimula ng kalakalan kasama ang China



Ang 'Kawashu' ay isang processed and marine product company sa Yamada City at nag-e-export ng mga mahahalagang pagkain tulad ng dried Awabi at dried Namako. Pinasisikat nila ang kagandahan ng pagkaing galing sa Iwate sa buong mundo gamit ng kanilang mga dried foods.

### Mr. Hidenori Kawabata Kawashu Corp. President

Nagsimula kaming makipagkalakalan sa ibang bansa pitong taon na ang nakalipas. Nagsimula kaming magbenta ng Awabi bilang 'neta (palaman ng sushi)' sa loob ng Japan. Ngunit hindi masyadong naibenta ang malaking Awabi dahil mahirap itong gamitin bilang neta. Nais naming gamitin ang mga Awabi na natira. Nalaman namin ang kasaysayan ng pag-e-export ng dried Awabi sa Sanriku Province habang kami ay nagsasaliksik. Ayon sa mga matatanda na mahigit na 80 taong gulang, gumagawa raw sila dati ng dried Awabi. Nagpaturo kami sa dalawang matanda. Nung kumpleto na ang mga produkto, nagsaliksik kami kung saan sila dati nagbenta at nalaman namin na nag-e-export sila sa Kobe noon. Nakipag-usap kami sa isang kakilala namin sa negosyo sa Kobe at sinabi naming nais naming mag-export ng produkto namin at pumayag naman siya. Kaya dinala namin ang mga produkto sa isang Dried food shop sa Hong Kong. Nagustuhan daw ng mga customer doon ang aming produkto.: Mataas daw ang kalidad ng aming produkto at nais niyang kunin ang aming produkto sa susunod na taon. Naramdaman namin ang malaking kasiyahang natamo ng mga tumangkilik ng aming produkto. Nagsaliksik kami kung anong produkto ang i-e-export mula sa Japan: dried Namako at dried Kaibashira (scallop)

Matutuwa ang mga tao sa China sa aming produkto at alam naming kikitang negosyong ito. Kaya sinubukan naming simulan ang negosyo. Ngunit wala kaming alam tungkol sa dried Namako. Nakita naming ang mga gumagawa ng dried Namako sa Aomori Prefecture at binisita namin sila. Ngunit hindi nila itinuro sa amin kung papanoo gawin ito dahil sikreto raw ito.

Kaya sinubukan naming gumawa ang dried Namako. Noong sinubukan ng mga taga-Hongkong ang mga ito, sinabi nila sa amin na nagustuhan daw nila at gusto pa nila ng mas marami. Dahil dito ay mas lalo pa naming pinagbuti ang paggawa ng aming mga produkto.

Ang mga dried Awabi at dried Namako ng Japan ay tinawag na 'Kanka', at ginamit ito bilang pera noong Edo period, noong nakaraang 300~400 taon. Ang mga bagay sa Japan ay natural at ligtas dahil ginagawa ito ng maayos

at may pag-iingat. May maganda na ring reputasyon ang kanilang mga produktong kaya madaling magsimula ng negosyo kasama nila. Nalaman ko ito noong nagkakilala kami ng mga tao sa dried foods shop sa Hong Kong. Sa mga dealer sa Hong Kong, Iwate Awabi ang sikat bilang pinakamahal at may pinakamagandang kalidad. Sumasali kami sa Iwate Fair na ginaganap sa ibang bansa. Natutuwa kami at binibigyan ng Iwate Prefecture ng pagkakataon na ibenta ang mga produkto sa ibang bansa. Mahirap itong gawin nang mag-isa. Binibigyan nila ng pagkakataon ang lahat ng mamamayan sa Iwate Prefecture. Nais kong gamitin ang pagkakataon na ito upang ipakilala ang aming produkto.

Marami kaming natutunan sa mga Honkonese. Parang maliit na tindahan lang ang pagpapatakbo ng negosyo kahit malaki ang kanilang negosyo kaya madaling kausapin ang mga may-ari nito. Madali ring pag-usapan ang mga ideya at opinyon namin sa negosyo.

Sa aking palagay ay mahalaga ang pagkain para sa kanila. Maraming uri ng pagkain at mahabang oras ang kanilang ginugugol sa pagkain. Marahil, ang kultura na ito ay nanggaling sa ideya na 'Ishoku Dougen (ang ibig sabihin nito ay parehong kailangan ang pag-iingat sa sakit at pagkain nang wasto araw-araw upang maging malusog)' Hindi sila nagmamadaling kumain hindi katulad ng mga Japanese. Mabagal ang pagdaloy ng oras, at maaliwalas ang atmosphere. Nais naming gayahin ang ganitong uri ng tradisyon sa pagkain.





Ang lasa ng pagkain ay depende sa paggamit ng magandang pangluto. Oigen Foundry Corporation ay isang kompanya na nasa Oushuu City, the national city of foundry. Nagkaroon kami ng interview kay President Kuniko Oikawa ukol sa gamit na pangluto.



## Ms. Kuniko Oikawa Oigen Corporation Company Executive

Dahilan na pagsisimula ng pagbenta sa ibang bansa

Noong panahon ng dating presidente, sa trade fair lang kami nagbebenta ng aming produkto. Noong naging presidente ako, nagbago din ang presidente ng trade company na business partner namin. Isang babaeng nakatira sa France ang bagong presidente. Dahil dito, sinimulan namin ang marketing mula noong 90's at bumisita sa mga customer. Pagkatapos ng marketing, ginawa namin ang bagong design batay sa resulta ng pananaliksik. Pagkatapos ay ipinakita namin ito sa mga customer at pinakinggan ang kanilang mga nais. Pagkatapos nito ay naimbento namin ang bagong produkto, na mukhang flat iron kettle. Ngunit ang totoo ay Kyusu (teapot) ito. Pambihira ang kyusu na Nanbu Tekki (ironware). ((Picture)) . Marahil ay hindi ito magiging popular sa loob ng Japan dahil sa bigat nito, ngunit ito ay isang sikat na produkto sa loob ng 10 taon sa Europe.

Ukol sa mga paraan at kahirapan sa pag-promote

Bumibisita kami sa mga customer na nasa Europe para sa marketing. Bunga nito, madali kaming nakakakuha ng mga payo at natutugunan namin ang mga tanong ng aming mga customer na sa kalauna'y nagkaroon na nang tiwala sa isa't isa. Halos walang nagreklamo sa aming produkto. Sa aking palagay, ito ay dahil pinagtitiwalaan kami ng aming mga customer at nais naming pahalagahan ang aming relasyon. Nahirapan kami sa pagpapaliwanag ng aming disenyo namin sa pamamagitan ng 3-D noon. Sa kasalukuyan ay hindi na mahirap gumawa ng 3-D model ngunit nahirapan talaga kami dati. Nagkaroon din kami ng malaking problema. Ang pintura na ginagamit sa tip ng iron kettle ay ipinagbabawal ayon sa Californian Food Sanitation Act. Napakataas ng level ng Analysis Accuracy sa USA. Ngunit nalutas din naman ang problema. Dahil doon, napansin naming kailangan sundin ang batas ng ibang bansa upang itaas ang kalidad ng produkto.

Ang Kaibahan ng Japan sa Ibang Bansa

Sa Japan, ang first impression sa Nanbu Tekki (ironware) ay bagay na 'folkcraft' at mabigat. Subalit kung nasa ibang bansa, kilala ang mga ito hindi lamang sa kagandahan ng materyal kundi pati sa



mataas na kalidad dahil gawa ito sa Japan. Kaya kahit mabigat, popular pa rin ang mga produktong ito. Siyempre, iba't iba ang disenyo at kulay na nagustuhan sa bansa. Ngunit napakahaba ng kasaysayan ng tsaa doon kaya natanggap ang Yakan at Kyusu na gawa sa metal.

Ang Mahalagang bagay sa Pag-imbento ng Bagong Technique

Mayroong kumpletong technique ang paggawa ng ironware. Ngunit nag-iiba ang technique na ito. Kaya binago rin namin ang mga technique katulad ng pangkulary na ginamit, paraan ng treatment sa surface, at non-chemical treatment. Sinubukan naming mag-imbento ng bagong ironware na hindi mangangalawang kahit walang surface treatment. Ito ang bagong produktong ibinebenta bilang 'Naked Pan' at nagustuhan ito ng mga customer.

Ano ang Kinabukasan ng Inyong Kompanya?

Ang ironware ay 70% na gawa sa recycled steel. Noong bumisita ako sa Germany, sinabi ko na magagamit ang Nanbu Tekki(ironware) nang mahigit sa 100 taon at maaari din itong i-recycle. Ang sagot nila ay hindi na ito kailangang i-recycle kung magagamit ito ng mahigit 100 taon. Tama sila. Mula ngayon, balak naming i-promote ang 'Pan', isang kaldero na mukhang kawali at magandang gamiting pang-ihaw. Ito ang aming bagong kaldero, hindi katulad ng ibang produkto namin. Sa kasalukuyan, 'Bio' at 'Organic' ang mahalagang paksa sa Europe. Nasa krisis ang Nanbu Tekki (ironware) ngayon dahil sa krisis pang-ekonomiya at pagbabago ng mga tradisyon at gawi ng mga tao. Kailangan naming isipin kung ano ang magiging kinabukasan ng .tradisyonal na industrial arts.

Mga Payo sa mga Taong Nais Sumubok sa Ibang Bansa

Ang Marketing at Research ang pinakamahalaga. Upang masiguro ang iniisip at imahe ng mga customer, dapat makipag-usap ng maayos sa kanila at magkaroon ng sariling karanasan. Dahil dito, maiintindihan ninyo kung papaano sila namumuhay o kung ano ang gusto nila. Kailangan ng mahabang panahon ngunit makakasiguro kayo sa huli. Ang pinakamahalagang bagay upang magkaroon ng matibay na relasyon ay ang makipag-usap ng maayos. Sana dumami ang produkto na gawa sa lwate at makilala ito nang lubos sa buong mundo.

# Ipakilala ang magandang produkto sa buong mundo

## Ginoong Akira Abe

Presidente ng Iwate Abe Seihun Corporation company

Ang "Mebukiya" ay nagtitinda ng kanilang produktong 'frozen Wagashi' hindi lamang sa Japan kundi maging sa ibang bansa. Sikat ang kanilang negosyo sa Iwate Prefecture at sa katunayan ay matagal na itong itinitinda sa ibang bansa. Ipinakilala sa amin ni Ginoong Akira Abe, Presidente ng Iwate Abe Seihun Company, ang parent company ng Mebukiya.

'Nag-eexport kami ng aming produkto sa mga pinagkakatiwalaan naming mga tindahan sa Hong Kong, EU, USA. Sinimulan naming i-export ang aming produkto sa Amerika noong 1977 na siyang naging simula ng aming negosyo sa ibang bansa. Napakaganda ng reputasyon ng aming mga produkto at patunay dito ang patuloy na paglago ng aming negosyo sa ibang bansa.

Sa simula, Kome ko(rice powder) para sa mga manufacturer ng Senbei ang aming pangunahing produkto. Pagkatapos nito ay nagsimula na rin kaming gumawa ng Sembei ngunit napansin naming kailangan pataasin pa ang kalidad ng aming produkto upang mas lalo itong maibenta dahil ang aming negosyo ay maliit pa lamang at ito ay nasa probinsiya. Pagkatapos ng maraming trial and error, nagpasiya kaming mag-export ng aming produkto sa ibang bansa kasabay ng aming layuning palaganapin ang pagkonsumo at pagbili ng bigas. Nag-imbento kami ng Rice chip at sinimulang i-export ang mga ito sa US noong 1972. Isa kami sa mga pioneer sa confectionery (sweets), hindi lang sa Iwate kundi maging sa buong Japan'

Upang magustuhan ng mga foreigners, pinahirapan naming ayusin at pagandahin ang lasa nito. Upang sumakto sa panlasa nila, nilagyan namin ng sesame seeds, cheese flavor, teriyaki flavor at iba pa at 'di kalauna'y lumakas muli ang aming benta. May pagkakataong nagkaroon kami ng problema ng nahaluan ng ibang maling bagay ang aming ingredients at naipadala. Ito ay kinailangan naming sunugin at itapon. Ngunit ang mga ganitong karanasan ay naging magandang aral sa amin lalo pa't dahil dito ay mas pinahigpit at pinabuti namin ang kalinisan at kalidad ng aming mga produkto. At mas lalo pang binigyan ng atensyon ang mga problema sa pagkain ngunit kami ay may tiwala na ang aming mga produkto ay napakaalinis at napakataas ng kalidad.

### Challenge sa Wagashi

"Wala namang naging problema sa pagbebenta ng Dango, nagpasiya kaming haraping muli ang mga pagsubok sa pagbebenta ng aming produkto sa ibang bansa. Upang maghanap ng magandang paraan sa pagbebenta ng produkto sa ibang bansa, mahalaga ang maghanap ng partner na maaasahan. Sa awa ng diyos, nakahanap kami ng mga partner na maaasahan katulad ng Trade Company o Local Buyer. Noong 1975 nagsimula kaming gumawa at magbenta ng Wagashi sa Hong Kong. Nilagyan namin ng flavor ng mooncake ang mga wagashi (japanese cake) at nagtagumpay sa pagbebenta nito. Nagsagawa kami ng mga demonstrasyon at nagsaliksik tungkol sa paggawa ng mga produkto sa Hongkong ngunit sa iba't ibang kadahilanan ay kinailangan namin



itong itigil.

"Gayon pa man, walang problema sa lasa. Ang kailangan lang isipin ay kung papaano sosolusyonan ang mga problema. Isang araw ay naisip namin na hindi kailangang gumawa ng pabrika sa Hong Kong dahil maaari namang ipadala ang mga produkto mula sa Japan kung ito ay palalamigin. Pagkatapos ng ilang beses na pagkakamali, sa loob dalawang taon, naging napakatagumpay ng pagbebenta nito sa Hong Kong at nagkaroon ng magandang reputasyon. Noong mga panahon ding ito ay naging napakaganda ng pagtanggap sa Wagashi (Japanese sweets) na galing sa Iwate Prefecture.

Paminsan-minsan nararanasan namin ang kaibahan ng lahi at nasyonalidad ng mga tao sa lugar ngunit Minsan ay humahaba ng pila sa tindahan, sa awa ng diyos, ngunit hindi bumibili nang maramihan ang mga tao sa Hong Kong, hindi kagaya ng mga Hapon. Paunti-unti silang bumibili at pipila na lang ulit sila kapag nagustuhan nila. Sa tingin ko ay interesting ito. Kaya inilalagay at inihahanay namin ang aming sweets ng paisa-isang piraso upang makapili sila ng kanilang gusto kahit na paunti-unti.

Ipinagmamalaki ang aming Produkto

"Ngayon, nag-iimport kami ng aming produkto hindi lang sa loob ng Japan, kundi pati sa ibang bansa katulad ng Singapore, Hong-Kong, USA, Canada, EU, Australia at iba pa. Mataas at mahigpit ang regulasyon ng mga Buyer na nasa ibang bansa. Dati, sinabi nila sa amin na "kung maganda ang inyong produkto at mataas ang quality, maaari naming ibenta ang produkto ninyo kahit mahal ito. Hindi problema ang presyo kung kaya gusto namin ng de-kalidad na produkto". Sa Japan, hindi maiiwasang magkaroon ng kompetisyon sa presyo ngunit sa ibang bansa, ang kalidad ng produkto ang pinakamahalaga. Kaya minabuti naming gumawa ng produkto na hindi lamang nakadepende sa presyo kundi maging sa kalidad nito. Kung binalalok ninyong magbenta ng inyong produkto sa ibang bansa, napakahalagang magkaroon ng maaasahang partner company at Buyer dahil iba ang kultura at customs sa Japan.

Ang mahalaga ay makahanap ng tunay na maaasahang partner na nais ninyong makatrabaho na masasabi nating magiging maganda ang negosyo kasama nila. Kung kaya't sa halip na partner na ipinakilala sa inyo, dapat na makita at masiguro ng sariling ninyong mga mata kung nararapat bang silang maging partner. Ito ang aking nais na maipabatid.

Sa mga taong makakapunta sa ibang bansa, sama-sama tayo sa paggawa ng sweets na galing sa Iwate.



Ryuji Ishiwata  
Presidente ng Juuwari Soba.  
Emeritus Professor sa Iwate Medical  
College. Siya ay nagtuturo ng Medical  
Philosophy. Siya ay representative ng  
Iwate Rainranto Association at  
tumatanggap ng mga German exchange  
students. Tumutulong din siya sa  
internasyonalisasyon ng  
probinsya. Siya ay nakatira  
sa Morioka City.  
ioka.



## Makapag-ambag sa lipunan ng probonsiya at buong mundo sa pamamagitan ng Soba

### Ginoong Ryuji Ishiwata

How to overcome the food crisis is a big challenge for people living in the 21st century. To solve this problem, we need to understand what international exchange means. Ryuji Ishiwata, the president of Juuwari Soba, has been promoting internationalization within the local community for many years. Here, he will talk about how food crises can be solved and how to promote internationalization through his current job.

Ang kasalukuyang isyu para sa mga tao sa buong mundo ay kung papaano madadaig ang krisis sa pagkain, kung anong dapat gawin upang malutas ito. Nagkaroon kami ng interview kay Ginoong Ryuji Ishiwata, Presidente ng Juuwari Soba, na siyang tumutulong sa internasyonalisasyon ng probinsya.

“Nagturo ako ng Medical Philosophy sa mga medical student sa Iwate Medical College nang 30 taon. Noong nagtuturo ako sa kolehiyo, naisip ko na kulang ang mga taong may interes sa preventive medicine. Kulang din ang mga paraan hindi madaling mahawaan ng sakit ang katawan. Napansin ko ang kahalagaan ng Soba bilang isang masustansiyang pagkain at naging interesado ako dito. Naisip kong magsimula ng negosyo na may kaugnayan sa pagkain, dahil ang pagkain ay isang mahalagang bagay sa ating buhay. Sinimulan ko ang negosyo noong 2001 upang makatulong sa Iwate, isang prefecture na umaasa sa primary industry, at makatulong din sa buong mundo.”

Labanan ang krisis sa pagkain sa pamamagitan ng Soba

Nasa kritikal na kondisyon ang pagkain sa kasalukuyan. Sa karamihan ng developed countries, kinakailangang baguhin ang eating habits upang mabawasan ang mga sakit tulad ng obesity o sobrang katabaan at mga sakit ng matatanda. Sa kabilang dako, ang mga developing countries na dumadanas ng kakulangan sa pagkain ay nanggailangan ng seguridad ng mga granarya at mapanatili itong nagagamit.

Ang Soba ay isang pagkaing may itinatagong kakayahang isalba ang mundo sa krisis sa pagkain na ating nararanasan. Ito ay hindi nangangailangan ng mga agrikultural na kemikal at mga pataba. Hindi rin nangangailangan ng maraming oras at pagod sa pagtatanim nito. Ito ay low-fat at mayaman sa protina, at maraming bitamina’t mineral. Napakadali nitong matunaw sa tiyan at agad na bababa sa bituka kung kaya’t magaan sa pakiramdam ng tiyan. Samakatuwid, ito ang pagkain ng 21st century. Upang magampanan ang papel na ipakilala at ipalaganap ang ganitong klaseng pagkain, at makagawa nang masarap na Soba, gumawa kami ng orihinal na Seimenki o panggawa ng Soba. Sa bawat rehiyon ay may sariling uri ng Soba. Nais naming mapahalagahan ang lasa at pagkaorihinal ng Soba ng bawat rehiyon. Kung saan itinanim at inani ay doon din kakainin. Kapag dumaan ka lugar na iyon ay makakain mo ang kanilang Soba. Ang kanilang Soba ay maaaring magsilbing identidad ng mga tao sa lugar na iyon. Ito ang “Chisan Chishou” ng Soba. Malawak ang rehiyon kung kaya’t uunahin naming ipagpatuloy ang pagpapalaganap ng

kultura ng pagkaing ito dito sa Iwate. Kapag nangyari ito ay malaki ang posibilidad na maenganyo at mas lalong umunlad ang pagtatanim nito at malaki ang tulong nito sa pagbangon at pagdami ng hanapbuhay. Lalaganap ito bilang isang ligtas at hanapbuhay na walang problema, at magiging pag-asa ng buong rehiyon.

Cultural Exchange sa tulong ng Pagkain

“Nais kong pasikatin ang Soba bilang “pagkain ng 21st Century”. Hanggang sa kasalukuyan, nag-oorganisa kami ng tasting events sa Germany, United Kingdom, USA, Hongkong at Dalian. Maganda ang tugon ng mga tao sa mga event na ito. Hindi pa masyadong sikat at napapakilala ang mga tasting events na ito kung kaya binabalak naming pasikatin pa lalo ito sa China. Napansin naming mahalaga ang pag-unlad ng intenational exchange sa pamamagitan ng pagkain at pagpapasikat ng ingredients at Ishiusu-ki (millstone).

Mahalaga ang pagpapatibay ng mabuting pagsasamahan at pagkakaunawaan ng bansang Hapon at bansang China at iba pang malalaking bansa sa asya magmula ngayon. Ang tanging nabibigyan ng atensyon ay ang Shokuhin Gisou (panggagaya ng ingredients) ngunit hindi naman patungkol lang dito ang bansang China.

Maraming nagtatanim sa tamang paraan at marami ding processed food company na may mahigpit sa Quality Control. Mababa ang self-sufficiency ratio ng pagkain sa Japan kaya kailangang mapalalim pa ang relasyon sa China. Upang lalo pang mapatibay ang relasyon, naisip naming unahin ang cultural exchange sa buong China sa pamamagitan ng Soba.

Chisan Chishou (pagkonsumo ng pagkaing galing sa sariling probinsya) at ang Globalisasyon

Ang bawat probinsiya ay may natatangi’t orihinal na pagkain. Ang pagkaing ito ay naapektuhan ng lupa, tubig at hangin ng lugar kung saan ito ay tinatanim at inaani. Naaapektuhan din ang katawan. Ang pagkain na lumalaki sa lugar ang siyang kinakain ng mga tao. Ito ang Chisan Chishou. Ito ay mahalaga upang maprotektahan ang aming lugar. Maaaring pagsabayin ang Chisan Chishou at globalisasyon. Ang globalisasyon ay isang magandang pagkakataon upang muli nating mabatid ang kaibahan ng ating lugar. Pagkakataon din ito upang malaman at matutunan ang Chisan Chishou ng ibang bansa. Madaling mapabuti ang Chisan Chishou kung gagamitin ang sariling paraan ng bawat kultura. Tayo ay mga taong nakatira at nabubuhay dito sa probinsiya subalit tayo rin ay mga taong nakatira sa iisang mundo. Ang ganitong pananaw ay mahalaga sa internasyonalisasyon ng probinsiya.

Ang proyektong na ito ay nagsimula noong 2006. Ito ay isinasagawa ng Morioka Shoukou Kaigisho at sinusuportahan ng JAPAN Brand supportproject ng agency of small companies(Chusho Kigyo Chou). Noong nakaraang Nobyembre, nag-organisa sila ng Exhibition sa Design Forum Finland sa Helsinki, Finland.

Ayon kay Mr. Yasuhiro Sato, Sales Department Deputy Manager ng sales department, isa sa mga company na sumasali sa proyektong ito, nag-export daw sila ng kanilang Tetsubin sa mga Japanese restaurant sa ibang bansa ngunit mula noong 1989 lang sila nagsimulang mag-export ng kanilang produkto bilang ordinaryong tableware.

Isang dahilan ng pagsisimula ng proyektong ito ay ang pagtanggap ng order mula sa isang luma at

sikat na tea shop, Mariage Fluitr sa Paris.

Sa Tea shop na ito , isine-serve ang tsaang gamit ang Tetsubin. Makikita natin ang Tetsubin sa Raphaie o Plantan, mga sikat na department store sa Paris. Mga Tetsubin na hindi nakalagay sa department store bilang luxury item. Ito ay modern, fashionable teapot at hindi mga traditional goods. Maraming mga kanluranin na bumibili nito kung kaya't inaasahang dadami pa lalo ang mga gumagamit nito. Ngunit marami ring teapot na peke, tulad ng mga murang teapot na galing sa China. May mga teapot din na gawa sa murang enamel. Kung gagamitin ang gani-



## Nanbu Tekki, naging sikat at magandang tableware

Ipinakilala namin sa inyo ang 'Nanbu Tekki For Euro Branding Project', at kung papaano nila ibinebenta ang kanilang produkto sa ibang bansa. Matagumpay ang Japan Brand Exhibition sa Mitsukoshi Etoile Paris mula noong ika-22 ng Enero hanggang ika-24. Dahil sa exhibition na ito, naging sikat ang Nanbu Tekki sa Europe.

Sinulat ni YokoTakanohashi



tong klase ng teapot, lalabas ang lead dahil sa mainit na tubig.

Noong nanirahan ako sa Quebec, Canada nakakita ako ng Tetsubin sa bahay ng isang Canadian. Ayon sa kaniya, binili niya ito pagkakita niya sa Japanese Grocery Store na 'Miyamoto' malapit sa kanilang bahay. Nabighani sila sa Tetsubin at ginamit niya ito sa pag-serve ang tsaang. Maliban dito ay ginagamit din niya itong IH heater. Taliwas sa aking imahe ng

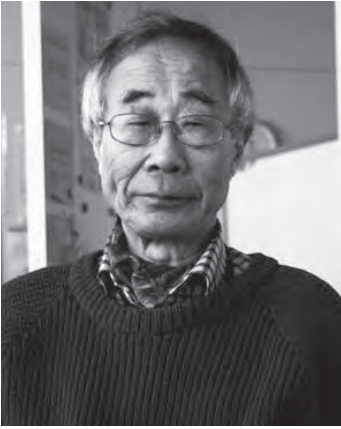


maitim at mabigat na iron kettle, iba ang iron kettle na ito na makulay at tunay namang may European feel.

Siguradong uunlad ang handicrafts na may kasaysayang higit sa 400 taon. Binabago nila ang konsepto ng tableware at nagiging world-class ang kanilang produkto. Ngunit mayroong hindi nagbabago. Ito ay ang kanilang kagustuhang maipalaganap ang kanilang produktong may mataas na kalidad, ligtas, may magandang materyales na siyang katangian ng mga produktong galing sa Japan.

Ayon kay Mr. Sato, "Kung walang sapat na kaalaman sa negosyo ay marahil wala ring karanasan magnegosyo sa ibang bansa. Subalit, kung ang produkto ay may mataas na kalidad at kung may mabuting kalooban ang tao sa pagnenegosyo, makakamit nito ang tagumpay"





## Cultural Exchange para makapag-ugnay ang mga mamamayaan

Kishu Chiba

Former editor-in-chief ng Iwate Nippou. Sinusuportahan niya ang Iwate International Exchange Association bilang miyembro ng Foundation Preparation Committee at Project Committee. Siya rin ang in-charge sa proofreading ng newsletter namin magmula nang maitayo ang aming asosasyon.

Si Chiba Kishui ay sumusuporta sa aming asosasyon bilang isang volunteer. Ayon sa kanya, ang Cultural Exchange ay dapat na maipagpatuloy sa pamamagitan ng pagtutulungan ng mga mamamayan at ang bagay na ito ay napakahalaga.

'Noong nakaraang taon, bago maitayo ng asosasyong ito, nagtayo ng foundation preparation committee at nag-usap kami tungkol sa aming organisasyon. Ang foundation preparation committee ay naging Project Committee noong itinayo namin ang asosasyon. Ang karamihan ng mga International Exchange Associations ay itinayo sa tulong ng gobyerno. Ngunit ang Iwate International Exchange Association ay itinatag sa tulong ng Project Committee, na binuo ng mga mamamayaan.

Noong nakipag-usap ako kay Mr Yosuke Takahashi, na siyang in-charge sa General Affairs Department (naging lieutenant governor), nakiusap siya na bigyan sila ng budget ngunit huwag sana silang diktahan kung ano ang dapat gawin. At sang-ayon naman siya rito. Akala namin na kung mabibigyan nila kami ng budget ay mag-uutos sila sa amin ngunit hindi ganito ang nangyari kaya natuwa ako. Wala siyang sinabi at diniktang anuman sa amin.

Bumisita ako sa mga press agency para sa fundraising. Sa simula, humingi ako ng budget sa Iwate Nippou na dating kong pinagtrabahuan. Pagkatapos ay pumunta ako sa IBC Iwate Housou at ayon sa kanila, bibigyan din nila kami ng budget kapag nagbayad ang Iwate Nippou. Sumunod ay pumunta naman ako sa Terebi Iwate at sinabi din nila na bibigyan din nila kami ng budget kung magbabayad ang IBC Iwate Housou. Sa tingin ko ay ito lamang ang asosasyong naitatag sa pagtutulungan ng maraming institusyon at mamamayan.

Hindi maasahan ang International Exchange na tumulong ng bansa. Dahil kung magkaproblema sa diplomacy, mawawala agad ang relasyon. Sa kabilang banda, malakas ang ugnayan ng mga mamamayan. Kung alam namin ang kahalagaan ng isa't isa, hindi madaling masira ang ugnayang ito kahit iba't iba ang aming nasyonalidad. Madaling masira ang relasyon ng mga bansa dahil ang kanilang ugnayan ay dahil lamang sa profit na kanilang natatamo. Kaya ang international exchange ay dapat maisagawa sa tulong ng mamamayan.

Sa unang piyesta namin, nag-organisa kami ng performance ng 'Samurunori na tinugtog ng Korean music troupe.

Noong una kong narinig ang performance nila, natuwa talaga ako. Kaya nais kong imbitahin sila sa amin balang araw. Gumawa kami ng mga flyer at ticket at naghanda para sa performance. Pero isang buwan bago ang performance nila ay inaresto ang kanilang leader dahil sa marijuana at hindi na nakapasok sa Japan. Sa halip na imbitahin sila ay inimbita ko ang Music and Dance Troupe ng Seoul University of Art. Hindi ko alam kung ano ang dapat kong gawin noong inaaresto ang leader ng Korean Music Troupe at biglang nagkansela sila kaya humingi ako ng payo kay Mr Chong, isang kaibigan (Mr Chong Yonpoku. Isang industrial artist. Siya ay nakatira sa Morioka City.). Siya ang nakipag-usap kay Mr Kim Dokusu, leader ng Samurunori, na magperform sila kapalit ng Korean Music Troupe. Pareho silang nagturo sa Seoul University of Art noon.

Ang dyaryo namin (Kikanshi) ay ginagawa ng Volunteer Editorial Board sa nakalipas na 18 taon. Ipinagmamalaki namin ito. Minsan ay iba ang gustong gawin ng Volunteer Editorial Board at ng Secretariat. Ngunit nireesperto ng Secretariat ang nais gawin ng Volunteer Editorial Board.

Mahalaga ang role ng Chief Editor sa paggawa ng newsletter (Kikanshi). Kailangang pahalagaan ang mga character ng mga sumusulat at ipaalam ang mahahalagang bagay. Kailangang malaman kung ano ang 'priority' sa paggawa ng newsletter. Ang priority na itoay agad na makikita kung titignan ang mga newsletter. At ang mga ito ang magiging kultura ng newsletter.

Napakaraming proyekto ng aming asosasyon. Mahalaga ang pagbibigay ng impormasyon ng mga proyektong ito. Dahil dito ay masasabi naming napakalaki ng halaga ng aming newsletter. Sa aking palagay, kailangan naming i-publish ang newsletter isang beses sa isang taon upang ipamahagi ang mas marami pang impormasyon. 20 taon na ang lumipas mula nang itinayo namin ang aming asosasyon. At sa taong ito, iniisip kong kailangan na naming pagdesisyunan kung ang ano ang ninanais at kailangan ng mga mamamayan at ibang organisasyon. At dahil kami ay isang asosasyon ng rehiyong ito, nais naming ipagpatuloy ang aming nasimulan.

※Samurunori - Ito ay isang performance troupe na itinayo ni Kim Dokusu, isang traditional musical instrument player sa South Korea. Ang kanilang musika ay galing sa traditional music sa rural area at ginagamit nila ang Kengari, Sho, Changu, at Tsudumi.

# Filipino

## 2009いわて国際交流

Iwate International Association 2009



020-0045 岩手県盛岡市盛岡駅西通1-7-1 アイーナ 5F  
Aina 5th floor, Morioka Eki Nishi Dori, Morioka, Iwate 020-0045  
TEL 019-654-8900 FAX 019-654-8922  
E-mail [kokusai@iwate-ia.or.jp](mailto:kokusai@iwate-ia.or.jp)  
<http://www.iwate-ia.or.jp>