

Volcano

February, 2002 The bi-monthly newsletter of Active Line. Volume 5, Issue 2

**Think
globally;
Act
locally**

What does
Active Line mean?

Active Line is a non-political, non-religious, non-profit organization that is actively seeking to form lines of communication with citizens of the world through volunteer activities. **Active Line** wishes to set itself apart from other "friendship" organizations by making efforts to improve the attitudes of Japanese nationals toward resident foreign people in Japan. As of January 1, 2002 there were 6,576 people with different languages and cultures living in Hachioji. This simple fact suggests that creating an open world society in which everyone lives in harmony, is becoming increasingly important in the Hachioji area. The goal of **Active Line** is to think globally and act locally. **Active Line** would like to broaden its vision. We would like to see ourselves as members of an international community, not a "closed" local society. **Active Line** wants to help develop the Hachioji area from a global perspective.

Beating Red Blood

On Saturday, January 20, 2002, Active Line sponsored: "African Drum and Dance Concert" at the Kitano Civic Center in Hachioji. Osman Orlando Bingle and Razak Jupiter, both from Ghana, sang Ghana folk music to the accompaniment of the kpanlogo, a traditional Ghana drum, and a "talking drum", used since ancient times for sending messages in Africa. Mr. Orlando said, "Everybody has red blood, despite differences in appearance. We are all human beings. Don't think about yourself only, but care about others. We should look out for each other. The spirit of looking after each other makes everybody happy." Over 140 people were in attendance, including school children and teachers Active Line has visited, a foreign student from South Africa, English teachers, and quite a few music lovers. Participants were given the chance to interact with performers on stage by dancing, beating drums, and playing the xylophone. One commented that he enjoyed the concert and thought this kind of interaction between performers and audience members was well-programmed, symbolizing the aim of Active Line.

「アフリカンドラム&ダンス・コンサート」 脈打つ赤い血

2002年1月20日(土)、アクティヴラインは八王子市北野市民センターで「アフリカンドラム&ダンスコンサート」を開催しました。ガーナのミュージシャン、オスマン・オランド・ビングルさんとラザック・ジュピターさんがガーナの伝統的なドラム、パロゴと昔からアフリカで言葉の伝達に使われているトキングドラムに合わせガーナの民謡を歌いました。オランドさんは、次のようなメッセージを伝えました。「みんな見かけは違っても、同じ赤い血が流れます。私達は同じ人間です。自分だけの事を考えるのではなく、他の人のことも気に掛けましょう。他の人を気遣う気持ちはみんなを幸せにしてくれます。」観客数は140人を超え、その中には、アクティヴラインがこれまで訪問した小学校の生徒や先生、南アフリカからの留学生、英語の先生、その他たくさんの方の音楽愛好家達が参加しました。観客は出演者と一緒にダンスをしたり、ドラムをたたいたり、木琴を弾いたりする機会が与えられました。ある観客は、「このような出演者と観客が一体となるプログラムはとても良い企画で楽しかったしアクティヴラインの目的が良く表れていると思います。」と感想を語ってくれました。

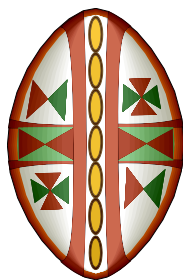
人は誰でも、自分を閉じ込めている殻に気づき、自らこれを打ち破ろうとしなければ、外の世界に触れることも、外の世界からの呼びかけに応えることもできません。広い世界に心を開き、異なった文化、異なった言語を持つ人々と共生していくことで私達は心の豊かさやゆとりを得ることができ、自分の住む町を開かれた、誰にでも住みやすい地域に育てていくことができます。アクティヴラインは、これまでの単なる「友好団体」ではなく、私達日本人の中にある「外国」、「外国人」という意識やそこから生まれる姿勢を見直し、すべての人と隣人になれることを目指そうというグループです。

「Volcano」は火山です。一人一人の心の中の思いがマグマのように溢れ出て、一つの流れとなる時、その流れは変化を促す力となってくれるでしょう。

What's inside this issue?

<u>Opinion</u> : "South Africa" By: Mdu Bulunga	「南アフリカ共和国」: ムドゥ・ブルンガ	2
<u>Life Stories</u> : "Sales Strategies at Supermarkets" By: Manfred Hiltl	「スーパーの販売戦略」: マンフレッド・ヒルトゥル	3
<u>Checkmark</u> : Free Japanese classes	日本語教室(無料)	4
<u>Dear Hanako-san</u> : Food/Cooking Tips	食料品 / 料理のアドヴァイス	5
<u>Information Briefs</u> : Cooking Classes	料理教室	6

Opinion: South Africa
By: Mdu Bulunga,
Student at Soka Daigaku



"I'm from South Africa." The usual reply I get from some Japanese is, "Which country in South Africa?". South Africa is a name of a country at the southern part of the African continent. In this short paper, I will do my best to introduce South Africa to you, the reader. One thing for sure is that South Africa is beautiful; it's a world in one country.

The history of every country begins in the heart of a man or woman. In order for a nation to be successful, it's important that it never forgets its history. For over 300 years, South Africa was under white domination. The Whites lived in South Africa as if it was their land. The apartheid system finally ended in 1994. Mandela was elected president, the first Black president. Today, South Africa is a democratic country and is doing its best to build one nation.

I stand to be corrected. South Africa is an open society; it's not like Japan, a closed society. South Africa has a population of about 45 million, out of which 80% are Africans. South Africa has 11 official languages.

South Africa has many beautiful places. Every town is a tourist attraction in of itself. The beautiful mountains, rivers, and forests are what make South Africa a beautiful place. The climate is also fantastic. We have four seasons, but our winters are not too cold and our summers are not too hot. We also have lots of traditional food dishes.

Obviously, every nation has its problems. I will not pretend that South Africa is perfect and secure. I believe, however, South Africa is a place to be seen and experienced.

(Continued from Page 3)

I've had similar experiences before. It seems these incidents don't take place due to mistakes by supermarket employees, but rather to supermarket sales strategies of putting cheap food next to expensive with misleading price labeling. If you're not alert check-out, you'll be another victim of supermarket rip-offs.

Another con game at the store is to put sales tags on food products reflecting the same or higher price as the original! "Sale" on price tags doesn't always mean cheap or bargain. Don't trust the four letters S A L E, always look at the price underneath.

One more trick used by supermarkets is to put a new price tag over the original, insinuating a better price. However, the new price tag (without the word sale) and the original price tag have the same price.

Consumer protection seems to be a "no-no" in Japan until recently. In Germany, there's a large consumer protection organization, NPO, that runs information offices in each middle-sized town where complaints about all kinds of unfair treatment or rip-offs can be reported. Until there is similar help in Japan, you are on your own. BEWARE of the supermarket jungle; eat or be eaten!

みんなの声：南アフリカ共和国

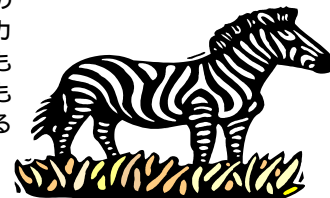
ムドウ・ブルンガ - 創価大学留学生

「私は南アフリカの出身です」と言うと、「南アフリカのどちらのお国ですか?」というのが日本人から良く受ける質問です。南アフリカというのは、アフリカ大陸の南部にある、国の名前です。この短い紙面で、読者の皆様に南アフリカを出来る限り紹介したいと思います。一つ確かなことは、南アフリカ共和国は、美しい、一つの国の一つの世界だということです。

どの国の歴史も一人の人間の心の中に始まります。一つの国が上手く行くには、その国の歴史を決して忘れないことが大切です。南アフリカは300年以上白人の支配下にあり、白人達は南アフリカがまるで彼らの国であるかのように暮らしていました。1994年、やっとアパルトヘイト制が終りマンデラが最初の黒人大統領に選ばれました。現在、南アフリカは民主国家であり国を創るため最大限の努力をしているところです。

間違いなく、南アフリカは開かれた社会であり、日本のように閉ざされた社会ではありません。人口は4500万人でその内の80%はアフリカ人です。南アフリカには11の公用語があります。

南アフリカにはたくさんの美しい場所があります。どの町もそれぞれ旅行者には魅力的です。南アフリカの美しさは、きれいな山や川や森にあります。気候も素晴らしく四季がありますが、冬は寒すぎず夏も暑すぎません。また、伝統的な食べ物がたくさんあります。どの国にも何かしら問題があるのは明らかです。南アフリカが完全で安全だと偽るつもりはありません。それでもなお行ってみる価値がある所だと信じています。

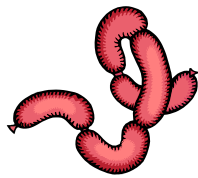


(3ページからの続き) 私

は以前に似たような経験をしました。この様なことはスーパーの従業員の手違いで起こるのではないようです。むしろお買い得品と高い食品を近い所に並べて、お買い得値札を品質のよい食品を示すかの如く付けるという販売戦略を取っているように思います。スーパーのレジでは、良く目を開いていないと騙されてしまいます。スーパーでのもう一つのゲームは食品に値札を付ける時、元の値段と同じか高い値談がつけられることすらあります。「セール」と書かれた値札が、必ずしも安いとかお買い得を意味しません。「SALE」という4文字を信用しないでいつもその下にある値段を見ることです。スーパーでの値札に関するもう一つのトリックは、元の値札の上に新しく値札を付け安くなっているように見せることです。しかし、新しい値札(セールという語がなくても)と元の値札は同じ値段なのです。日本では最近まで消費者の保護はないように思えます。ドイツでは、消費者保護のための大きな非政府組織(NPO)があり、その組織は中規模の都市には情報事務所を運営しており、消費者として不公平で不正な取扱いを受けたら苦情をそこに持ち込む事が出来ます。日本でドイツのおけるこの様な援助が可能になるまでは、自分で解決するしかありません。食うか食われるかスーパーというジャングルで食わ

Life Stories: Sales Strategies at Supermarkets By: Manfred Hiltl

Going shopping for daily food and necessities can be quite challenging in Japan. As food prices in Japan are generally high, except for low-quality tofu (50 yen) and bean sprouts (39 yen), you have to study supermarket advertising ads included in the daily newspaper to look for bargains. In Germany, my home country, a fleet of young people stuff mailboxes with supermarket ads on the weekends. These ads are valid for one week, but in Japan, the ads hit you 2 to 3 times a week with prices valid ONLY today, ONLY tomorrow, or ONLY the day after tomorrow. To get the mayonnaise for 198 yen, you have to go shopping today, tomorrow for the 148 yen soy sauce, and again a third day for 178 yen Bull Dog sauce. Except for shopping at a bakery or butcher shop, you do your grocery shopping just once a week in Germany.



The other day I did some shopping at Gourmet City. A double-pack of high-quality sausage was on sale for 288 yen—a real bargain in Japan! Aquafresh toothpaste was discounted to 168 yen. However, when I went through the check-out, the sausage suddenly was not a bargain—525 yen please! The cashier and I walked back to the sausage section to investigate the mistake. On the right was a big pile of high-quality sausage with a large 288 yen price tag. In the middle was a small pile of low-quality sausage with a small 300 yen price tag. On the left was another pile of sausage going for 400 something. The cashier removed the large 288 yen sale tag from the sausage on the right, saying it instead applied to the low-quality sausage in the middle. Of course I couldn't get the good sausage for the sale price, so decided to skip on that. After I paid, I remembered the toothpaste. My receipt showed that my toothpaste went from 168 to 225 yen! I approached the cashier, but already nervous, she pointed to the service counter. The service clerk and I walked back to the toothpaste section, where there was one large 168 sale tag in front of 2 kinds of Aquafresh toothpaste. Again, the clerk removed the large 168 sale tag, saying it applied only to the toothpaste on the right. The covered up price of 225 belonged to my toothpaste on the left.



Two days later, while shopping with my Japanese wife at Don Quichotte, a large discount shop for food and non-food items, German-pickled cucumbers were selling for 328 yen, a good bargain. After we paid, I asked my wife to check the receipt. The price had almost risen two-fold to 600 something. The sale price tag had been in front of the cucumbers, but the manager told us this price only applied towards the sold-out American cucumbers.

(Continued on Page 2)

ライフストーリー：スーパーの販売戦略 マンフレッド・ヒルトゥル

日本では、日々の食品や日用品の買い物をすることはとてもチャレンジングな経験です。日本の食品の値段は豆腐（50円）やモヤシ（39円）のような素朴な食材を除いて、一般的には高いので、安いものを見つける為に、毎日の新聞の中に入っているスーパーのチラシを良く研究する必要があります。私の母国ドイツでは、週末には郡の若い人達が郵便箱をスーパーのカatalogで一杯にしています。このCatalogは1週間有効ですが日本では、スーパーの広告が週に2～3回配られそこに記載されている価格は物によって、その日だけ、明日だけ、明後日だけ、または3日間だけしか有効ではありません。198円のマヨネーズを買うには今日行かなければなりません。そして148円のしょう油を買うために明日また行かなければなりません。そして178円のブルドッグソースを買うために三日目もまた行かなければなりません。ドイツでは、パン屋さん肉屋さんを除いて週に一回スーパーで買い物をすればその週の特売品が買えます。



先日、私はグルメシティで買い物をしました。日本ではお買い得のダブルパックの高級ソーセージが288円、アクアフレッシュの歯磨きが168円で売り出されていました。しかし、レジに行ったら、ソーセージは突然お買い得ではなく525円になっていました。レジの人と私は、間違いを調べる為ソーセージのコーナーまで行きました。右側に大きな228円の値札の付いたソーセージの大きなソーセージの山がありました。真中に小さな300何円かの値札の付いた質が落ちるソーセージの山がありました。左側には400何円かの値札の付いたソーセージの山がありました。あのレジの女性は右側にあったソーセージの大きな288円の値札をはずしてこの値段は真ん中の品質の落ちるソーセージの値段だと言いました。もちろん私は、高級ソーセージをお買い得値で売ってくれませんでしたので買うのをやめました。支払いを済ませた後、あの歯磨きのことを思い出しました。レシートは歯磨きの値段が168円から225円に上がっていました。私はまたあのレジの女性の所に行きましたが、すでにイライラしてサービスカウンターを指差しました。サービスカウンターの女性は私と一緒に歯磨きの陳列棚の所に行きました。大きな168円一枚の値札が2種類のアクアフレッシュの前にありました。彼女はその大きな168円の値札を取って、その値段は右側の歯磨きの値段だと言いました。隠れていた225円の値段は左側の歯磨きの値段だったので。

二日後、日本人の妻と大きなディスカウントストアであるドンキホーテに行きました。そこにドイツ製キュウリのピクルスがお買い得の328円で売っていました。支払いを済ませた後で妻に領収書をチェックする様に言いました。ピクルスの値段は約2倍の600何円かになっていました。その値札はピクルスの前にありましたが、売り場のマネージャーは328円はアメリカ製きゅうりのピクルスの値段であり、それはすでに売り切れてしまったと言いました。



Checkmark

チェックマーク

1. Learn Japanese—Free private and small group lessons with volunteer teachers. Please contact Toshiko Sonoda in Japanese/English at 042-594-0157 for more information.

2. Active Line Meetings— Saturdays, March 16, and April 20, May 18, 2002. at 2:00 PM in the Rosei Kaikan Conference Room, Hachioji. For location information and map, contact Yumiko Sato in English or Japanese at Phone/FAX: 0426-68-5208. Everyone is welcome!

1. 日本語学習 ボランティア教師による個人または小グループのレッスン。無料。問い合わせ：園田とし子 Tel / Fax: 042-594-0157

2. アクティヴライン定例会議 2002年3月16日(土)、4月20日(土)、5月18日(土)、2時から4時まで、八王子労政会館、会議室。(京王八王子駅から徒歩約5分)。興味のある方はどなたでも歓迎。

(Continued from Page 5) and energy for washing dishes, a tea kettle, tea/coffee pot, saucepan, cutting board, and rice cooker are nice too.

4. Resources—The illustrated “Eating in Japan”, pocket series guide by JTB is not only handy, but has Japanese character titles, information on table manners, tableware, ingredients, seasonings, and some simple recipes. For a more serious approach with less illustrations, there’s “A Dictionary of Japanese Food; Ingredients & Culture” by Richard Hosking. As far as cookbooks, the “Quick & Easy Japanese Cuisine for Everyone” by Yukiko Moriyama is full of color photos, step-by-step “picture” directions, meal plans, cutting techniques, ingredients, utensils, preparation guidelines, and conversion tables. Also try, “Japanese Family-Style Recipes” by Hiroko Urakami. Each dish has color photos, plus the book contains nutritional information. There’s probably even a silly *gaijin* (foreigner) book called 101 ways to use a wok or rice cooker! Get cheap “stir-fry” books from your favorite American discount store and use the Internet. Hit the popular American cable TV food channel’s website, www.foodnetwork.com for starters. If you’re baffled how to eat all that cheap tofu, Mori-nu brand tofu has “Tofu for the American Taste” recipes to make egg-less egg salad, soup, shakes, stir-fries, and more. The website is www.morinu.com.

5. Tips—Learn to recognize the signs of mold, as the climate is humid and food in Japan uses less preservatives, esp. bread. Don’t eat the poisonous little packets of “crystals” that come with packaged food to absorb moisture. Put a little water in your grill pan to keep fish/meat moist and make clean-up easier. Tie-up garbage daily to prevent smell and insects. Buy food in small quantities until you decide whether you like it. Cut Texas-toast-sized bread in Japan to create 2 Western-sized pieces of sandwich bread. Soy sauce needs to be refrigerated once opened. Eggs in Japan are not refrigerated at the store, like in the US, but should be once at home and are considered safe to eat raw in Japan. The Japanese Ministry of Health does not mandate all foods to have nutritional information, like in the US, so be aware if you’re pregnant or have health concerns that many foods contain MSG, mercury, sugar, and high levels of sodium, especially instant ramen noodles. Save plastic bags for lining trash cans, bagging garbage/recycles, providing free packing material for boxes, and making creative gift bags. Care packages from family and friends filled with favorites, not to mention your suitcases, helps too.

6. Tourist—For adventure go to “restaurant street” or *Kappabashi-dori*, 2 stops from *Ueno* on the *Ginza* line to find all kinds of kitchen supplies and even plastic food models.

(5 ページより) 収納スペース、料理能力、好み、予算、食器洗いにかかるエネルギーに応じて、やかん、ティノコーヒー・ポット、ソースパン、まな板、炊飯器も揃えるといいでしょう。

4. 情報源 イラストで描かれたJTBのポケットシリーズ「イーティング・イン・ジャパン」は便利だけでなく日本語の見出し、食事のマナー、食器、材料、調味料、簡単な調理法なども載っています。イラストがもっと少ないもっと真面目な感じのものは、リチャード・ホスキングの「日本の食辞典：材料と文化」があります。料理本に関しては、森山ユリ子の「誰にでも向く早くて簡単な日本料理」が写真がたくさんあり手順が絵で示されていて、献立や切り方、材料、台所用品、準備の手引き、換算表が載っています。浦上ヒロ子の「日本の家庭料理」も見てみましょう。各料理はカラー写真で栄養面の情報も載っています。中華鍋と炊飯器を使う101の方法と呼ばれる愚かな外国人の本もあります。お気に入りのアメリカのディスカウントストアで安い中華炒め物の本も手に入りますし、インターネットも利用しましょう。アメリカのケーブルテレビのウェブサイト www.foodnetwork.com も検索してみましょう。もし、あの安い豆腐の食べ方に困惑しているなら、「モリヌ」ブランドの豆腐なら、卵が入らない卵サラダ、スープ、シェイク、炒め物など「アメリカ人好みの料理法」紹介されています。ウェブサイトは、www.morinu.com です。

5. アドヴァイス 日本は、湿気が多く、食品保存料の使用が少ないので(特にパン)、カビの兆候を識別出来るようになります。湿気取りとして食品と一緒に包装の中に入っている小さな「水晶」の袋は有毒ですから食べてはいけません。グリルを使う時は魚や肉がパサパサしないように、また洗いやすいように少量の水を入れて使しましょう。臭いや虫の発生を防ぐ為ゴミの処理は毎日しましょう。その食べ物が好きかどうか分からないので最初は少量だけ買うようにします。テキサス州サイズのトースト用パンを日本で買うとサンドイッチ用のパンが2枚取れます。しょう油は一度あけたら冷蔵庫に入れておく必要があります。アメリカと同様。日本でも卵は店頭では冷蔵で販売されていませんが、家に帰ったらなまで食べる時の安全性を考え冷蔵庫に入れておきます。日本の厚生省はアメリカと違い全食品に栄養上の情報を掲示するよう強制はしませんが、もし妊娠していたり、健康上心配であれば多くの食品にMSG(グルタミン酸ナトリウム)、水銀、砂糖、高レベルのナトリウムが(特にインスタントラーメン)入っているので注意が必要です。ビニール袋はゴミ袋にもなりますし、箱を入れる無料の包装材料にもなるので取っておきましょう。

6. 旅行者 「レストラン街」や合羽橋へ行って冒険してみましょう。合羽橋は銀座線で上野駅から二つ目の駅で、いろいろな種類の台所用品があり、プラスチックでできた食べ物の模型もあります。

Dear Hanako-san



Question: I feel like I'm starving in Japan. Help!

Answer: The honeymoon is definitely over when you become some living in Japan versus someone visiting. Since food is at least a 3X daily ritual providing comfort, control, and

nutrition, it's understandable it can become otherwise in a foreign country very different that your own. Here's some tips:

1. Attitude Adjustment—Give up your “meat lover” Western ways and learn to like vegetable, fish, and soy products more. Be willing to try new things and keep an open mind. After this mental adjustment, make a physical one—money. Abandon the notion of all-you-can-eat \$3.99 buffets, free-refills, “more for your buck”, and “super-sizing”. Food is expensive causing portions to be smaller, but perhaps that's why there is little waste and little waists in Japan. Managing your “food money” is key.

2. Meal Deals—Look for good, yet inexpensive “Mom and Pop” places to eat in or near train stations, universities, open markets, department stores, and large office buildings. Watch for “take-out” places (*bento-ya*) that only open for lunch and little places that offer lunchtime “set meals” (*teishoku*). Don't rule out convenience stores and street vendors for some decent grub too. Save McDonald's and Haagen-Dazs for a “treat”, getting more value (\$ and health) from Subway. Subway used to offer a free sandwich after so many visits using a stamp/sticker card. For beverages, try avoiding vending machines. Take advantage of public water fountains and discount stores like Liquor King, where juice, water, alcohol, and other goodies can be found. Closing time at grocery stores is a good opportunity to pick-up discounts, evident by hovering people and sale stickers on fish/meat products and take-out foods. Sometimes, produce that's not perfect and/or canned goods with a dent will be on special. Learn to read expiration dates.

3. Supplies—Check want ads, recycle shops, and practice “word of mouth” to set-up your gourmet kitchen “spot”. A microwave and small frig will get you by for appliances. Have a wok, spaghetti pan, can opener, peeler, sharp knife, spatula, spoon, cooking chopsticks, 2 sets of silverware, 2 plates, 2 glasses, 2 bowls, and 2 mugs. (you might have company) Freezer bags and plastic containers will help store food, cook food in microwave, and pack a lunch. Depending on available space, culinary skill, personal taste, budget, (continued Page 4)

花子さんへ

Q: 日本にいと飢え死にしそうな気がします。助けて下さい!

A: 日本に旅行に来る時に持っていた期待感、住んでみると、なくなってしまいます。安らぎ、健康、栄養を与えてくれる毎日の習慣である、食べ物が少なくとも3倍するので、自分の国とは全く違う方法を取ろうとするのは良く分かります。以下にいくつかのアイデアをご紹介します。

1. 適応する態度 西欧風の肉志向を諦め野菜、魚、大豆食品を食べるようになることです。新しいことに進んで挑戦し、心を開くことです。この精神的な適応の後に、物理的な、即ち、お金の対応をしていきます。\$3.99で食べ放題、お代わり自由、支払った以上の価値があり、量もたっぷりあるといった概念は捨てましょう。日本では食べ物が高いので量も少なくなり、そして多分無駄も少なく、太ることもないでしょう。「食費」の管理が鍵となります。

2. 食事の扱い - 外食する時は、美味しいけれど高くない小さな家族経営の店や、駅の近くや大学、市場、デパート、そして企業が入っている大きなビルなどで探します。昼食時だけ開いているお弁当屋さんや、ランチタイムに定食がある小さなお店にも目を向けましょう。コンビニや移動販売も、まあまあのものが可能です。マクドナルドやハーゲンダッツで「おごる」のはやめて、金額でも健康にも価値があるサブウェイにしましょう。何回も行くとスタンプ/シールカードが一杯になって、無料でサンドイッチがもらえました。飲み物は、自動販売機で買うのはやめましょう。公共の水飲み場を利用したり、リカーキングなどのディスカウントストアでジュース、水、お酒、その他の食品も買えます。食料品店の閉店時間は値引きされた品を見つけるのによいチャンスです。人がウロウロして、魚や肉やお惣菜にセールのシールがついた品があるのがその証拠です。時々、見劣りがする農産物や缶が凹んでいる缶詰が特売になっています。品質保持期限の読み方も知っておきましょう。

3. 生活必需品 あなたの「グルメ・キッチン」を作るために新聞などの項目別個人広告、リサイクルショップをチェックし、口コミの情報も得るようにしましょう。電子レンジや小さい冷蔵庫も必要でしょう。中華鍋、スパゲティ用鍋、缶きり、皮剥き、ナイフ、フライ返し、スプーン、菜ばし、銀製食器2組、お皿2枚、グラス2個、ボール2個、マグカップ2個。冷凍用バッグ、プラスチック製保存容器は食べ物を保存したり、電子レンジで調理したり、お弁当を包むのに役立つかと思います。

(4ページへ続く)



Do you have a question for Hanako-san? Would you like to express your opinion? Have a personal story to share? Please send contributions to the address printed on the back page of the newsletter in either Japanese or English. All are subject to space availability. Contributors may remain anonymous in Volcano if so stated, but name and phone number will be retained in the editors' files.

「花子さん」に質問がありませんか？あなたの意見を発表してみませんか？分かち合いたい経験はありませんか？

このニュースレターの裏面に記載されている住所までご投稿をお願いします。日本語でも英語でも結構です。

掲載は全て紙面の都合によります。なお、投稿される時は、必ずお名前とお電話番号を記入して下さい。ご要望があれば、紙面上では匿名とさせて頂きます。



Information Briefs— Cooking Classes 料理教室

n Cooking School 7-9 Asahi-cho; Hachioji Phone: 0426-27-7711 Enrollment Fee: 5,000 yen Monthly Tuition: 12,000 yen Textbook: 4,500 yen Notes: Lesson 1X week, accept applications anytime	日本クッキングスクール 八王子市旭町 7 - 9 TEL: 0426-27-7711 入学金: 5,000円 月謝: 12,000円 テキスト代: 4,500円 レッスンは週1回 入会随時
Sun Cooking School 4-17-12 Dai-machi; Hachioji Phone: 0426-23-2718 Enrollment Fee: 5,000 yen Monthly Tuition: 4,000 yen Notes: Lesson 1X month, accept applications anytime	サンクッキング 八王子市台町4 17 12 TEL: 0426-23-2718 入学金: 5,000円 月謝: 4,000円 レッスンは月一回 入会随時
Women's Center of Hachioji 3-30-3 Koyashu-cho, Hachioji Phone: 0426-42-6835 Tuition: 8,100 yen (6-month course/ingredients only) Notes: Information subject to change, new students accepted starting March 1st	婦人センター 八 王子市子安町3 - 30 - 3 TEL: 0426-42-6835 教材 費: 8,100円 (但し、半年間の材料費のみ) 注: 教材費・受講料など変更の可能性あり。 受講生の募集は、3月1日から申し込み受け付け
Home-made Kyokai 2-2-25, Akebono-cho, Tachikawa Phone: 042-528-2917 Enrollment Fee: 5,000 yen Tuition: 18,000 yen (half-term) Notes: New students accepted starting March 1st for April-September term	ホームメイド協会 立川市曙町2 - 2 - 25 TEL: 042-528-2917 入会金: 5,000円 講習費: 18,000円 (半年間) 注: 4月～9月まで半年間の新受講生の受付は3月1日から始まります。

Why the name "Volcano"?

Volcano means "kazan" in Japanese. The reason why we chose the name "Volcano" for our newsletter is because we believe people's opinions, ideas, and feelings should not lie "dormant" or become "inactive" like volcanoes. "Magma" exists in everyone and it needs to voluntarily erupt once in a while to soothe one's soul.



How to Contact Us:

- ◆ With your questions, opinions, stories, suggestions, and ideas
- ◆ For information about membership and newsletter subscriptions

Yumiko Sato
Active Line
 400-30-1-202 Terada-machi
 Hachioji-shi, Tokyo 193-0943
 Tel/FAX: 0426-68-5208
 (English or Japanese)
 Email:

kymrs@mub.biglobe.ne.jp

Join Us!

- ◆ Help gather resources and exchange information with other organizations
- ◆ As a Korean, Chinese, Spanish, Japanese, etc., volunteer teacher/translator/interpreter
- ◆ In planning, executing, or assisting with events
- ◆ As a computer assistant—Microsoft Windows 95 needed, with Japanese/English capabilities
- ◆ With the publishing and mailing of the newsletter
- ◆ Etc., make your own proposal

Newsletter Editors:

Yumiko Sato (Editor-in-Chief)
 Amy Kamata (English Editor)
 Andrew Church
 Mutsu Niki
 Ikuko Nakazaki
 Haruo Uchibori