

巻頭言 .....	1
<b>特集 ほんもの探し</b>	
心をこめることの意味 .....	2
お店探訪 .....	3 ~ 8
「時の話題」スローフード .....	9
「食の安全を考える」シンポジウム .....	10 ~ 11
厚生労働省健康局から .....	12 ~ 13
生衛業の景気動向調査 .....	14 ~ 15
消費生活相談の現場から .....	16 ~ 17
春の勲章・褒章受章者一覧 .....	18
各地の特別相談員だより .....	19
センターをたずねて .....	20 ~ 21
せいえい短信 .....	22
ティーブレイク（最近マナー事情／パズル） .....	23
編集室だより .....	24



岐阜の山里で

## 原稿・情報をお寄せください

### お店探訪（2～8ページ）

ユニークな経営、集客、地域活動などを行っている生衛業関係のお店をお知らせください。自薦・他薦を問いません。

### センターだより（10～11ページ）

都道府県の各生活衛生営業指導センターで計画中、あるいは実施した特色ある企画や活動など。

### 特別相談員だより（19ページ）

生衛業の開店・融資・経営などの相談にまつわる成功・失敗談やエピソードなど。

### せいえい短信（22ページ）

中央・地方、団体・個人を問わず、生衛業に関する情報・話題をお寄せください。

### その他、ご意見や提言

### 投稿方法

郵送、Fax、E-mailで。郵便番号、住所、氏名（匿名希望の場合はその旨を）、電話番号などの連絡先を明記してください。

### 送り先

〒111 - 0051

東京都台東区蔵前3 - 15 - 1 エスピービル

菅原印刷株式会社 生衛ジャーナル制作部

Tel : 03-5687-2211(代) Fax : 03-5687-2310

E-mail : journal@sugawara-p.co.jp

# バリアフREETツァー 最前線

## 不可能を可能に！

今、企画しているモロッコツァーと北海道花・花・花の旅でツァープロデューサーとして、私に課せられた仕事が浮上しています。モロッコは国として盲導犬の受け入れを認めているのに、ハイアット・リージェンシーやシェラトンなどの一流ホテルの部屋に盲導犬使用者と共に泊まれないという信じられない知らせが入ったこと。

一方、ホテル、レストランなどで障害者をサポートする聴導犬、盲導犬、介助犬などを拒否してはいけないという補助犬法案が国会を通る寸前の我が国、北海道ですが、礼文島のホテルが盲導犬の受け入れに難色を示しているというのです。

同じ盲導犬拒否ですが、理由は全く異なります。モロッコの場合、ラクダや羊など放牧が日常の砂漠の民と隣りあわせの国の常識では、盲導犬は家畜や動物との棲み分けができていないらしいのです。日本国、礼文島の場合、年間を通じてのピークシーズンには、詰め込めるだけ客を詰め込み、利益を上げたい。他の客からクレームが出たり、館内が汚れたり、盲導犬の排泄などよくわからない。繁忙期に、なにかと手がかかる障害者にかかわってはいられないというのが理由のようです。

モロッコツァーには少なくとも1頭、礼文島には4頭の盲導犬が視覚障害のある旅人をサポートして旅立つことになっています。さあ、どうやって現状を突き崩していくか！

私は、この7年間に、不可能を可能に！を合い言葉に、ツァーの行き先や、提供するプログラムに初めての試みをちりばめてきました。その姿勢が支持され、ツァー参加者は600名に達し、旅立った盲導犬は50頭を越えます。たとえば、車椅子の人をモンゴルのゴビ草原の遊牧民のテント(ゲル)に泊め、北京では万里の長城にのぼったり。オーロラを見た



トラベルデザイナー

おそど まさこ

いという全盲者の希望で、厳寒の北極圏へツァーを出し、オーロラや薪で炊くサウナを楽しみ、車椅子の人も、全盲の人も、マイナス30度の中、ボスニア湾で砕氷船に乗り、沖で氷上に下り、スイムスーツを着て氷の割れた海に浮かんでアイススイミングを楽しみました。アフリカ、ケニアでの動物サファリツァーでは、段ボール製の携帯トイレと投げれば開く縦型テントを日本から持参し、赤道上で設営し、地球どこでもトイレ経験をしてもらいました。

老後は誰だって身体に障害を持つ可能性は否めないのに、あさはかな人々によって「障害者拒否」は起こります。それは、「傲慢」と「無知」、「自覚のなさ」以外のなにものでもない、と思います。最近のイタリアツァーで、ピサの斜塔で障害者拒否に会い、その拒否の理由を尋ねました。そして、どのジャンルの障害者を拒否するのか聞き返しました。車椅子使用など肢体不自由者は自から断念されている。登頂を希望しているのは視覚に障害のある人と健常者である。斜塔内部の暗闇の階段は、視覚に頼らない全盲の人の方が晴眼者よりはるかに確かな一歩を刻めるではないか、と主張したのです。結果、全盲者を含む10名で登頂を果たすことができました。

古今東西、拒否者の言い分はいつも決まって、「事故があったときに責任がとれない」、と。人は自分の責任だってなかなかとれないのに、他人について責任がとれるでしょうか。一番大切なのは、身体に障害を持った人の行動を支援し、問題点に遭遇したときには、そのつど自己判断していただき、自己責任をもっていただくという姿勢を守ることではないかと思います。どんなに障害が重くても、旅に出かけたいと思ったら誰からも拒否されず、地球のどこまでも旅ができるような社会のしくみを今から作っておきたいものです。

# 心をこめることの意味

ノンフィクション・ライター 川嶋 康男

テレビを悪者視するつもりは毛頭ない。しかし、テレビの出現により、ある“文化”は確実に淘汰されてしまった。一時、大衆に支持され、熱烈に愛され、そして飽きられ淘汰された“大衆芸”である。役者小沢昭一がライフワークとして発掘し、採録した「日本の放浪芸」に見られる手作りの芸である。

祭りにつきものの見世物やサーカス。とくにサーカスは百を超えて興行していたが、いまは五大サーカスに淘汰され、ショービジネスに進化して盛況と聞く。大衆劇団もしかり。温泉地や村祭り縁日の出し物に“人情芝居”はもてはやされた。まるで、季節風のようにやってきた門付芸人や旅芸人。屋台や花見の宴席に欠かせない演歌師もカラオケが席卷して肩身が狭い。3曲1,000円が懐かしい。映画館をハシゴしたことも今は

昔。つまり、テレビの普及により“お茶の間娯楽”が一変したのである。街角で人が人に見せて演じる“街角芸”が衰退したのだ。

似たような現象がある。家庭の内風呂があたりまえのような存在となり、銭湯が激減した。量販店で自由に選べる小分量パック詰めされた惣菜や肉、野菜、魚。当然のように市場が消え、肉店、八百屋、魚店が激減した。気軽に世間話を交わしながら、その日のお薦めを耳にし、今晚のおかずを考える。季節の旬の味も店で聞かされ、四季おりおりの食材が調理され食卓を飾った。食べることで季節の旬の味覚を知った。

確かに生活は便利になり快適になった。ものが豊富になり、手に入らないものはない。「飽食の時代」とネーミングした人もいる。居住環境も清潔になり、世間がスマートになった。だが、どこか無機質さが漂い、“味気なさ”を感じないだろうか。

若い世代もビートルズ音楽に共鳴する。ストリートミュージシャンと大道芸人とどこが違うのか。話題作がでると映画館は埋め尽くされる。[本物]の食や癒しを求めて温泉は賑わい、由緒正しい旅館も評価される。嗜好や趣向は時代とともに“進化”するが、問われるのは[本物]の真価である。

毎朝、釜で飯を炊き、鰹節を入れてだしをとり味噌汁を作らずとも、まな板の上でリズムカルな包丁の旋律をださずとも、もっと合理的な時間の使い方、作り方があ

るのは事実。インスタント食品の出現は確実に“食品革命”を起こし、冷蔵・冷凍庫の普及により、日常的な買出しが軽くなり、貯め買いができるようになった。食卓が大きく変化したのである。ただ、新鮮な魚をさばき、刺身で、あるいは煮て、焼いて食べることで食感がわいてくる。時間をかけてコーヒーをおとし、一杯の味わいに時を過ごす。手足をのばしてのんびりと湯船につかり、裸同士、無言の付き合いに銭湯での癒しを覚えた。なんのことはない、その[本物]は、便利さや快適さでは劣るものの、お年よりの過ごした時代に源流を見ることができるのだ。

ひとつひとつに手間をかけ、心をこめておもてなしをする。家庭料理、板前料理、宿の料理を問わず“味気なさ”を感じるとしたら、その「心」が欠けるのだ。＜自然味に優る人口味なし＞とは北大路魯山人の名言だが、＜料理とは食というものの理を料するという文字を書き 中略 合理的でなくてはなりません。ものの道理に合わないことではいけません＞、つまり不自然な無理をしてはいけなさと説く。真心をこめて作り、接し、おもてなしをする。心をこめるということの意味がおもてなしの原点であることは論をまたない。歴史の皮肉とはおもしろい。かつての“大衆娯楽”を駆逐したはずのテレビが、いま率先して[本物志向]番組を作り、お茶の間に送り届ける。いま一度[本物]の道理を考えてみたくなった。



“元氣” 発進、地域から発信！

「生衛ジャーナル」は本号から装いを新たに「元氣」にして再スタートしました。

新生ジャーナルは、それぞれの地域で自主的・主体的経営に向けて努力されている生衛業の皆様にもお役に立ち、明日への「元氣」のもとにしたい。

特集のシンボル・キヤクターとしてカニに登場してもらい「イラスト」、不況をカツトしてもらった。



## 上質で完成度の高い“江戸前寿司”

カウンターの前の客と向かい合つ「すし善」  
本店長の大金有三。職人と客の真剣勝負だ



### お店探訪

## おばんです

“江戸前寿司”の正しい店がある。

東京銀座「なか田」を板前修業の仕上げと心に決めた嶋宮勤。15歳で小樽から東京へ修行にでて、この「なか田」が最後であった。“寿司道”に賭ける思いを札幌で成就させた。

(文中敬称略)

すし善

札幌市中央区北1条西27丁目

電話 011・612・0068

午前11時～午後10時。ランチタイム午後3時まで、月曜定休

東洋で初めて開催される冬季オリンピック札幌大会を翌年に控えた昭和46年。東京以北最大といわれる歓楽街すすきの。南7条西4丁目に「すし善」の暖簾を掲げた。駅前通りに面しているとはいえ、賑わいが少し遠ざかる。7坪

ほどの小さな店。粋な和の装いと行灯が人目を引いた高級店のたたずまいがある。嶋宮28歳の若さである。「店内は12席のカウンターののみで、テレビも置いてません。板前の粋と心意気だけで寿司を食べてもらってました」

「すし善」本店長の大金有三。嶋宮の片腕だ。足寄町生まれの大金は子供の頃に帯広で食べた寿司の味がいまでも残っているという。「世の中にこんなうまいものがあるんだ、との記憶です」。高校を出て札幌へ。パークホテルで和食を勉強し“江戸前寿司”を学びに東京へ出た。札幌で「すし善」の箸袋をみた記憶があるという。

大金の修行先の親方が、嶋宮と「なか田」でともに釜の飯を食べた親方。すすきの店が出てから11年あとの

出会いとなった。「当時で客単価が7,000～8,000円でしたから、常連客の接待が中心でした」

“オリンピック特需”に沸く札幌であったが、サラリーマンのポケットマネーで気軽に入れる店ではない。店の格式は高い。本当の寿司食いがきても恥ずかしくない店をだしたいとの嶋宮の思いは深い。ネタの仕込みはもちろんだが、器ひとつを厳選し、店構えから装いまで、高級感をもたせた。

札幌で正統派の“江戸前”が食べられる。“札幌ン族”と呼ばれる本州企業の単身赴任者に接待店として使われた。

本物の寿司を静かな環境の中で食べてもらいたい。嶋宮の思いはさらに膨らむ。北海道神宮に近く閑静な高級住宅街の「円山」に純和風の店をもった。現在の本店である。すすきの店から16年を経っていた。

江戸前寿司の仕込みで北海道の



魚介を握る。「いかに上質なネタを仕込むかは理屈ではなく、幅広い応用にある」大金は言い切る。魚が本来もつうまみを引き出すにはどんな調理方法がより有効なのか。味の完成度を高めるための高度な知識と手技が要求される。

ネタの鮮度はもちろんだが、伝統の江戸前仕込みを採り入れるネタの仕込み。シャリは自然乾燥米を独自の釜を使い備長炭で炊き上げる。



つまり、アワビも煮たり蒸したりして持ち味を十二分に引き出し、最上のうまみに仕上げる。そのための仕込みである。

たとえば北海道特産のボタンエビ。活を用意するが、生ネタではエビの甘みがでない。さっと湯に通し、塩をふって食べてもらう。湯通しすることでエビの身に含まれる甘みを引き出せるのだ。

塩は味噌や醤油と違い、基本味のなかにだし成分が入っていないため、素材の地味を消すことはない。ホッキ、ホタテ、ツブ貝からタコやイカも表面をさっと炙ることで臭みを消して甘みを引き出す。塩で味の調整をするのだ。「唾液がでてくるような食べ物でないとうまく感じません」大金の言い分である。「厚田の前浜で採れたニシンを仕入れ、自分で漬けた数の子です」

旬のネタが大きい。自家製の数

の子が乗るとシャリがすっぽりと隠れてしまう＝写真＝。特製タレをひと塗り。13㍑ほどの黄金色に風格がでる。しっとりとした手漬けのやわらかなうまみにほど良い噛み心地。昔懐かしい数の子の滋味がここにある。しかも、5月までが食べごろ。一貫1,000円。生ニシン一尾が700～800円の仕入値相場と考えると決して高くはない。

数の子だけに1,000円は払えないという客は足を運ばないだろう。食べて価値ある数の子だから。

地魚を積極的に使う。ソイもだす。ただし、客の嗜好にあった魚を大切に使う。つまり、ホッケのあらいや握りがうまいのは分かるが、「すし善」の客の嗜好としてはまだ認知されていないため使わない」という。

では「すし善」における高級感とはなにか。寿司の上質さと味の完成度の高さであろう。食べて納得できる味わいの水準が常に高いのだ。

板（カウンター）の前に座る客と向かい合う職人。真剣勝負であることはいうまでもない。なにを食べさせてくれるのかという客。

その客の思惑に対してなにを食べてもらおうか。職人の読みが寿司を通してせめぎ合う。誤差が許されない客層だけに職人技の難度が求められる。“達人技”の見せ場ともなる。

セットメニューの「おまかせ寿司・5,000円」「季節膳・10,000円」「おまかせ懐石・15,000円」「懐石“善”・20,000円」。決して安くはないが、さりとて高いかどうかは食べてからの評価だ。「まずはランチタイムのリーズナブルセットを食べていただいて“値踏み”してください」

大金は“入門編”を「おまかせ寿司・3,300円」「お昼膳・5,500円」に置く。「すし善」の味を“値踏み”してほしいという。上質な握りと精度の高い味で見せる板前の心意気。「心・技」にあえて「夢」を設定するところがオーナー嶋宮の心映えであろう。

「やはり寿司は握りたてを食べてください。そば以上に味が変化しやすいからです」

自信に満ちた言葉で語りかける大金有三（44）。165㍑に83㍑の“巨漢”。板を前に交わす言葉が心地よい。

「江戸前寿司」を握る職人たちの心意気が旬である。

### 私のお気に入り

数の子一貫食べ切るのに二十分かかりましたが、この懐の広さがたまらないですね

辛いですね。

観光地のおもてなしにどこか上げ底感のある北海道で、正しい江戸前寿司にこだわるという姿勢が文字通り粋です。できれば定期的に足を運びたい店ですが、財布が前提となるだけに辛いですね。

寿司にいたるまできっちりとした高級感をもたせています。東京出身ですから北海道の魚介を寿司ネタに食べたいのはもちろんですが、本州からの客の接待にはぴったりの店ですね。



カメラマン  
安場 修（スタ  
ジオ造形代表）  
「店作りから器、





## 計算された “自然なサービス”

### お店探訪

### いらっしやい！

「エンドワン！」

店員が大きな声で呼びかけると、仲間が「承知しました！」の返事とともに動き出す。手のすいた店員が、レジに回り、コートを取りに走り、「すっきりしましたね」と客に声をかける。千葉県のリ髪店で、満足顔の客を送り出す“ほんまもん”のサービスを見た。  
(文中敬称略)

タカハシ理容室袖ヶ浦店  
習志野市袖ヶ浦3-5-2-110  
電話 047・256・1509  
(伊藤司店長、店員2人)

元気がいい。

客がドアを開けると、店長の伊藤、スタッフの近藤元記、小島貴行が、一斉に「いらっしやいませ」と、大きめの声であいさつしながら、迎え入れる。

店内では、伊藤が「シャンプー、入りま～す」とかけ声をかけると、近藤、小島が「はい、お願いしま～す」と返す。このかけ声のやりとりが絶えることがない。あちらで「マッサージ、入りま～す」と声をかければ、こちらから「はい、お願いしま～す」。こちらで「カット、入りま～す」と言えば、あちらでも「カラー、入りま～す」といった具合だ。

全作業が終わると、“あと1分”を意味する、あの「エンドワン！」。小島が鏡を近藤に渡す。近藤は、客の頭越しに後頭部を映し出し、客からの確認の言葉を待つ。「O



写真④は伊藤店長

K」の答えを得て、作業終了。  
若い。

伊藤が26歳。近藤、小島はもっと若い。若さがそのまま元気につながっているが、伊藤は「大声は、自分やスタッフのテンションを上げるため」とも言う。

ふっと気づくと店内がシーンとしていることがある。伊藤は率先して「……、入りま～す」と声をかけることにしている。

「やはり、すし屋さんみたいに大きな声が飛び交っている方が活気があっていいし、お客さんも喜ぶし」

東京近郊でも団地として成熟した、習志野市の袖ヶ浦団地ショッピングセンターに店を構えて30年近く。客の大半は団地内か周辺の住民。

子供連れで来た主婦が、子供を店にあずけて、ショッピングセンターで買い

物、終えて戻ると子供の頭もさっぱりしている、といったことも多い。

団地だけに、入学前の子供から成人まで顔なじみがほとんど。だが、団地の成熟化はそのまま、常連さんの高齢化をも意味する。「車いすでお越しになる方もいれば、つえを使う方もいらっしやいます」と、伊藤は言う。そんな場合でも、機械的というふうでなく、ことさらに手間をかけるというふうでもなく、理髪いすに乗る客に店員がさっと手を貸す。

「右半身が不自由なお客さんがいるんですが、マッサージの時は、右腕をどこまで動かしても構わないか、といった情報が、カルテに書かれているんです。それを見て、



「本当はご自宅までお送りしたい気持ち」とスタッフはドアの外まで出て、客を見送る

一人ひとりに合ったサービスを心がけてます」伊藤には、当然のことのようだ。

この店では、シャンプーは客が仰向けになって、後ろ向きで行う。仰向けになれない客には前向きのままの作業になるが、カルテにはそんな情報も記されている。

カルテが店の宝だ。

もう2,000枚になった。客のメンバーズカードの番号とカルテ番号を、パソコンで管理する。

客が名前か番号を言えば、パソコンでチェック、すぐにカルテのありがわかる。カルテを見れば、どこのだれ、前回はいつ、好みの髪型などがひと目でわかる。客の来店の度に新しい情報を書き込んでいく。

ただ、それだけに頼っているわけでもない。

4か月ぶりという客が来た。

「前回、バリカンを入れた覚えがあるんですが」と近藤。カルテを見ずに言った。

店員が心がけるべき「マニュアル」はある。が、伊藤は、「多分、そのままやったらだめでしょう

ね」という。自然に出る言葉や行動でないと、「お客さんにもすぐわかってしまうし」と笑う。

店のキーワードは「気遣い」という。千差万別の客を一人ひとり覚えておく。それが自然なサービスを生む。

ある日の店内

こちらのいすで客と店員がパチンコの話で盛り上がる、隣はパソコンの話、その向こうは車、と談笑の輪がいくつもできる。実は、計算が働いている。

単なる順番での対応ではなく、トピック別に客とスタッフの組み合わせが出来ていると、伊藤は言う。「お客さんの好きな話題はわかっていますから、こちらも得意分野を持ったスタッフが対応します。パチンコならパチンコ同士、パソコンなら絶対、私に対応します」

だから、途中でスタッフが代わることもしばしばある。とりあえず手の空いたスタッフが作業を始め、“相性のいい”スタッフの手が空くと、すぐ交代、客とのコミュニケーションは一気に倍増す

る。そんな配慮を、客は無論、知らない。

この理容室は、実は市内外で数店を営業している。社長の高橋清は、店に出ることはない。

「経営者がいないのに、スタッフがよくやっている珍しい店って言葉をいただくんです」と高橋。元気、若さを売りにして、どの店も評判がよい。

「このご時世に、他店でなく、わざわざ来店してくださるお客さまを“いらっしゃいませ”で迎えるのは当たり前。本当は家までお送りして、いただいた料金とちょうど釣り合いが取れる。それができないから、せめてドアの外までお送りして……と、スタッフには言ってます」

袖ヶ浦店で、一人の客が帰る。伊藤と近藤が、確かにドアの外まで出て客を見送った。

## 私のお気に入り

前くらいから、この店に来るようになりまして。スタッフの皆さんが気さくな上に、話題も豊富でいきなり、とにかく店内の雰囲気、明るくて元気がいい。

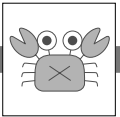


会社員  
谷山透さん

「近所に住んですが、一年

髪を染めようと思っていたら、色やデザインを親切にいろいろ薦めてくれました。細かい説明を聞いて納得できるし、その通りにすると結果もいいし。アドバイスに従って、ボカシを入れてうまくいきました。

ひやっとする顔面エステもやってくれて気持ちいいし、マッサージもよくやってくれるので、満足しています」



## 外湯にただようヒノキの香り

湯気に煙る外湯の公衆浴場。リニューアルしたばかりの浴場でお客は疲れを癒す



### お店探訪

## おいでました

「目は赤いほおずきのように、腹はいつも血で滴っている。背中に松や柏が生え、八つの丘、八つの谷にわたる巨体をもつ。村を襲い、七人の娘を食らい、今、新たな娘を差し出させようと村長夫婦に迫っている」...こんな怪物、想像できますか？これが出雲神話に登場する怪物ヤマタノオロチの姿。

このオロチを退治したのが、伊勢神宮に奉られているアマテラスの弟スサノオ。巨体の尾から取り出した草薙剣(くさなぎのつるぎ)が皇室三種の神器の一つと言われている。スサノオはオロチに差し出される予定だったクシナダヒメをちゃんと妻に迎え、オロチなきあとの新しい出雲の国づくりを始めた。

訪れたのはこのオロチ退治の舞台で、「娘を救ってくれ」と泣いてスサノオに懇願した老夫婦が住んでいたといわれる斐伊川上流のほとり、島根県大原郡木次町にある湯村温泉。

(文中敬称略)

### 湯乃上館

島根県大原郡木次町湯村 1336

電話 0854・48・0513

宿泊 1泊2食付き 1人1万円、年中無休

河のせせらぎがやさしく響く郷で、外湯の公衆浴場とともに営業を続ける湯乃上(ゆのうえ)旅館。明治6年建築という本館のたたずまいは重厚そのもの。自然石を組んだ石段を登り、10代目当主西村強を訪ねた。

「昔は近辺に、そうねえ、7軒...いや8軒の旅館が軒を連ねていたんですよ。私が知っているのは5軒までですが、近くに新しい道路ができた時分にはずいぶんにぎわってね。いつごろかって？そうねえ、大正...昭和の始めのころでしょうか」

斐伊川の流域(全長153キロ)は文献や考古資料に事欠かない。大量の銅剣が出土した神庭荒神谷遺跡(国宝指定)もこの流域だ。オロチは、いくつもの支流を束ねて日本海に注ぐ古代の斐伊川の姿

で、スサノオ伝説はこの河の治水事業を成功させた物語では...との説もある。

出雲湯村温泉が最初に文献に登場するのも驚くほど古く、大和朝廷が八世紀に編さんを命じた出雲風土記に早くも登場する。

ひとたび浴(ゆあみ)すれば  
身体(みぬち)和らぎ  
再び濯(すす)げば  
満(よろず)の病消除(のぞこ)

と風土記が伝えているように、薬湯としての功名はすでに奈良時代から知られ、皮膚病、切り傷、やけど、飲用すれば胃かいようななどにも効果があるという。

記憶を正確に手繰ろうと、ゆっくりとしっかりした口調で話し出す西村は、大正8年生まれの82歳。ロマンスグレーの御髪で、じっと見据えるような目。そこに打って変わって陽気な声も会話に加わる。

「昔はね、銀行の出張所もあったし、かつふえーもあったのよ。」

「は？かつふえー？」

「喫茶店よ。昔はかつふえーっていったでしょ。アハハ」

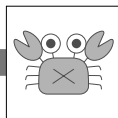
「お前は少し黙ってる」

人懐っこい笑顔が旅客を和ませる女将の民枝(70)。クシナダヒメを育てた老夫婦も、こんな朗らかな掛け合いをしたのだろうか。

主人の自慢はこの温泉が、巨費を投じてボーリングしてリゾート施設をつくったり、低い温度と少ない湯量を補うために水道水を足したり追い炊きする温泉ではないこと。宿はこの湯を“天然温泉”と言って胸を張る。

河原の岩のすき間から吹き出す湯をそのまま約130平方メートルの湯屋





まで引き込む。浴槽の湯は循環させずに流しっぱなし。洗い場には蛇口もなく、樋（とい）から流れ出る湯を大きな木桶が24時間受け続ける。浴客はこの湯を手桶で汲む。

実は、浴槽を昔ながらのこのスタイルに戻したのはつい最近のこ



山里にとけ込む湯乃上旅館

と。大正年間に建てた旧外湯施設が老朽化したため、旅館は昨年12月、施設を建て直した。旧施設は強の先代が、兵庫県の城崎温泉に出向いて研究して建てた木造建て。大正ロマンをしのぶようなおしゃれな造りだった。「始めは鉄筋コンクリートにするつもりだったようだけどね、何しろ川辺ですから、少々増水でも耐えられるようにしなきゃいかん。それでしっかりした土台を作ったら、それで金が尽きたみたいですね」と、先代の苦労を振り返る。

「『温泉ブーム』なんて言われるようになったのは、ここ20年くらい。それまでは本当に地元の人たちだけが来てくれて、ほそぼそと続けていました」。バブル景気が過ぎ去ってから計画されたりリニューアルは、木の温もりと伝統の良さを見直した落ち着きが特徴。組み上げたばかりのスギとヒノキの新鮮な香りを除けば、つい数か月前に建てられたとは信じ難いほど“古さ”をにじませるににくい演出。

待ち合いスペースにあ

る深さ20センチほどの足湯には、素足になって湯に足を浸けた男女が木の切り株に座って談笑する。その姿を横目に銭湯風のカウンターのぞく。入浴料はわずか300円。岩をならべた浴室とせせらぎ、暗めの照明は、山深い河原で偶然に見付けた温泉を一人占めしているような気分にさせる。露天に入ると、目の前は斐伊川の豊かな流れがある。

旅館経営を続けたのは息子の満幸（45）の、やる気からという。「大学を出てから、京都に板前修

## 私のお気に入り



温泉治療のため町を二つ隔てたこの温泉場に通って

いる森利信さん（70）

「ひざに水がたまりましてね。その治療のため通院していた病院の先生が、リハビリには温泉が良いと、湯村温泉を勧めてくださいました。通い出して九か月くらいになりました。効果のほどですか？ 最高ですよ。湯船に浸かってこつやつとひざの曲げ伸ばしやマッサージをするんですよ。見てください、はれがずいぶん引いたんですよ」

行に行った。本人もやる気になっている」。今は二人の孫に囲まれ三世代が過ごす家庭的な旅館になった。リニューアルしてからは地元の客のほか、温泉の少ない広島県方面からくるマイカーの客も多い。20数台分ある駐車場に空きは少なくなった。

「温泉は天然の資源。自分としては昔からやってきたものを誇りに思う。第三セクターに押される民間施設もあるが、私はここを守っていききたい」。主の目には確かな自信が光っていた。

効率」であるか、生産者や業界関係者はもっと早く気付くべきではなかったか、との批判がある。

都市化の歴史の中で、農村は都市に奉仕し続けてきた。いま、食の危機の時代を迎え、都市が農村に対して何ができるか、どんな支援が可能かが問われ始めている。

古来、「身土（しんど）不二」という言葉がある。仏教用語で、身体と国土とは実際には一体として存在するとの意味だ。転じて、人はなるべく住んでいる場所の近くで、安全で健康な土から採れた、旬のものを食べるのが健康のためにも良いとの教えに使われている。いわば「地産地消」である。面白いことに、スローフードの精神と良く符合している。

日本にも数百年前からこんな思想があったことは自慢していい。だがそれをどれだけ守り通せただろうか。異質な文化の導入の危険性に、イタリア人は直感的にNOを突きつけたが、日本人はたやすく馴化されてしまった。

もつと伝統の味や習慣に自信とこだわりを持ち、後世に伝える人と思育を育てることが必要だ。本物志向とはそのことを指すのではないだろうか、と考えている。

読売新聞編集委員

浅羽 雅晴

「スローフード」という言葉が、日本でもかなり広まってきた。もとは米国のファーストフード店の進出に危機感を持ったイタリア人が、田舎町のブラ（BURA）で起こした食文化運動である。

その理念には、消えてゆく恐れのある伝統的な食材や料理、質の良い食品や、酒（ワイン）を守る

## 本物志向の

## “スローフード”

る 質の良い素材を提供する小生産者を守る 子供たちを含め、消費者に味の教育を進める とある。要は、地元で取れた食材を、旬の季節に手作りで料理し、ゆっくり味わってもらおうということだろう。

普段、追いついてられないように食事をする身には、どこか屈託の無い語感に憧れのようなものを感じていた。そんな折りに、知人から「スローフードの体験を」との誘いを受け、参加した。

都会と地方との交流を目指すNPO「夢中塾」（秋山騎久夫理事

長、東京）が、ブラの「食の祭典」にヒントを得て、新潟県松代町を舞台に企画した小さな祭典だった。

NPOメンバーの知人らが誘い合い、約50人が集まった。東京からバスに揺られて4時間。棚田やブナ林に目を奪われながら、それぞれの古里の原風景を探し、新米のモチつきやまんじゅう作りに手応えを感じていた。

夜は地元の農家が持ち寄った自慢の料理の数々を、地酒、ワインと共に味わう趣向だ。煮付け、ぬ

た、揚げ物、漬物などが30皿以上も並んだ。都内でイタリア料理店を経営するエリオ・オルサーラさんも加わって和気あいあいの味談義が、夜更けまで続いた。

ところで、身近に入り込んでいるファーストフードと、スローフードはどう違うのだろうか。

後者は「文化を食べ」、前者は「時間を食べる」と言った人がいる。それなら日本食は前者の

前者のハンバーガーなどとは、味覚、栄養、文化面でも明確に違うから、似て非なるものだろう。

これに対して、食品会社力ゴメの石黒幸雄常務取締役は、体内でのエネルギー変換の早さでとらえた。肉・脂類の多い後者は「早くエネルギーに変わる」食物であり、前者はパスタ、コメなどの炭水化物で「体内に吸収されてから、ゆっくりとエネルギーに変わる」食物という説明だ。なるほど説得力はある。

ところが、松代町のような山深く山の幸の豊かな農村ですら、最近は食事にあまり手間を掛けなくなり、

ファーストフード化が進んでいると聞いて驚かざるをえなかった。

松代町の区長の松村竹一さんは、過疎の町村の実状を次のように語る。

「過疎とは人が減ることだけではない。家ごとに自慢し合った豆腐作りや煮しめの数々が消え、集落に伝わる甚句など多様な文化が急速に消えていることです。私たちには、なす術も無く、座して見過ごすしかない悔しさだけが残るのです」「こつして都会のお客さんがきてくれれば、今度はどこを案内し、どんな歌を聞かせようかと、私たちも意欲が湧く。集落の再興にも目的を持って頑張れるのだが」

「農村は都市を包囲する」。毛沢東の言葉が空しく響くほどに、人々は競って都会に流出した。同時に農産物も工業製品なみに、量産と効率、低価格競争の罠にはまり、安心や味わい、伝統・習慣をかなぐり捨てしまった。

さらに世界的な流通システムの発達で、BSE（牛海綿状脳症）や病原性大腸菌「O157」などを地球規模で蔓延させている。こうした打撃を受ける前に、「効率の追求」がいかに危険なほど「非



松代町での自慢料理を楽しむ参加者

（8頁、最下段に続く）

# 「食の安全」シンポジウム開催

## 全国4か所で BSE 契機に官民挙げて議論

財団法人全国生活衛生営業指導センターは4月末から5月末にかけ全国4か所で「食の安全を考える」シンポジウムを相次ぎ開催しました。

昨年11月末までのBSE（牛海綿状脳症）感染牛3頭の連続発生と、それに伴う政府の緊急対策に便乗した一連の食肉虚偽表示に対し消費者の業界不信、行政不信は最高潮に達しました。農水省は、昨年10月18日からと畜牛の全頭検査を実施して二重・三重の安全対策を実施していますが、消費者の不信・不安は依然解消されていません。

このため全国指導センターは、官民挙げて「食の安全」について考え、恒久的な食品安全行政を確立する一助とするため、この集中シンポジウムを開催することになりました。

シンポジウムが開かれたのは、東京（4月25日＝写真上＝）、仙台（5月16日＝写真下＝）、神戸（同月23日）、熊本（同月30日）の4か所。

東京でのシンポジウム開催後の5月11日、北海道で飼育されていた乳牛が国内4頭目のBSE感染牛であることが判明しました。この事態を見越し、東京会場のパネル・ディスカッションでは「今後、感染牛が発見されても、その食肉は市場に流通しないのだから冷静に対応する必要がある」との意見が大勢を占めました。

また仙台シンポジウムは5月16日午後1時30分から仙台市宮城野区の仙台ガーデンパレスで行われ、100人以上の参加者が基調講演とパネルディスカッションに熱心に耳を傾けました。

東京シンポジウムは4月25日午後1時30分から、東京都千代田区平河町の全国都市会館会議室で開かれ、処理・販売業者、消費者など約110人が出席しました。

主催者側の財団法人全国生活衛生営業指導センター、亀川潔専務理事の挨拶のあと、厚生労働省東京検疫所の森田邦雄所長が「食肉の安全と消費者」と題して基調講演しました。

このなかで森田所長は「消費者の最大の興味は、食物がうまいかどうかです。次いで、その食物が安全かどうかを判断する情報を求めています」と消費者動向を分析。消費者から安心感をもらうには、危害の可能性と程度を予想・対処する「リスク



アナリシス」に基づき、消費者も参加した安全確保策が必要だと強調しました。そしてリスクアナリシスは、リスクアセスメント（評価）、リスクマネジメント（管理）、リスクコミュニケーション（情報交換）から成り、「生産地から食卓まで」の一貫した安全を確保するため、消費者に対する情報提供ばかりか、消費者からの意見受け入れが重要、と提言しました。

さらに森田所長は、BSEの安全対策や人間に発症する変異型クロイツフェルト・ヤコブ病に言及、「今後、廃用牛などから4頭目の感染牛が見つかる可能性は排除できないが、全頭検査によってBSE感染牛を排除する体制を整えている」と、食肉の安全策が講じられている点を強調し、過剰な反応を戒めました。

次いで森田所長がコーディネーターとなり、パネルディスカッションに移りました。

パネリストは井上信雄（東京国際キャリアダイナミックス主任研究員）、砂川明美（社団法人全国消費生活相談員協会「食の研究会」副代表）、阿部新治郎（東京都飲食業生活衛生同業組合理事長）、大野谷靖（東京都食肉生活衛生同業組合事務局長）の4氏で、森田氏をまじえ「食の安全を考える～

BSE問題等を中心に～」をテーマに熱心な意見交換が行われました。

パネルディスカッションでは5氏ともBSE感染牛の発生に伴う政府の買い取り制度を悪用した雪印食品による牛肉偽装事件と、その後続発した牛、豚、鶏肉などの表示偽装事件をあげて、消費者の疑心暗鬼を招いた原因の大部分は一連の偽装事件だと批判しました。

井上氏は「農と食の再生プランの早期実現」を提唱、砂川氏は「きちんと安全なものを選んでこなかった消費者側にも責任がある。生産者と消費者が互いに顔の見える関係になることが重要だ。生産者、販売業者が安全に関するしっかりした情報を流すことは必要だが、受け手である消費者の意識改革も問われている」と、消費者側にも応分の責任があることを指摘しました。

また阿部氏は「責任を持った行政サイドの情報提供こそ消費者に安心を与える」、大野谷氏は私案と断りながらも「食肉の個体識別番号伝達の流れ」を示しながら、コンピューター・ネットワークにアクセスし、チェックできる全国データベースの構築の必要性を説きました。そして両氏とも、今が消費者の信頼を得る絶好の機会だと訴えました。

この議論を受けて森田氏も「4例目、5例目のBSE感染牛が出て、アカウンタビリティ（情報公開責任）やトレーサビリティ（追跡可能性）を徹底することが望ましい」と提唱しました。

このあと参加者とパネラーの間で質疑応答があり、午後4時過ぎ、2時間半にわたるシンポジウム

を終えました。

（4会場で開催されたシンポジウムの模様は、臨時特集号で詳報の予定です）

## 都道府県センター理事長会議開催 事業計画など活発に論議

平成13年度の「都道府県生活衛生営業指導センター理事長会議」を3月29日午前10時半から、東京・新橋の全国生衛会館で開催しました。

会議には各都道府県センターの理事長など89名のほか、厚生労働省、国民生活金融公庫、全国生活衛生同業組合中央会、当センターから19名が出席、14年度の生衛関連予算、貸付資金などの予算概要や事業計画の説明があり、午後2時過ぎまで活発な質疑応答が重ねられました。

この中で、新規に実施される「食品リサイクル推進事業」について厚労省健康局生活衛生課から説明がありました。事業の対象業種は飲食店、食肉販売、旅館で、昨年5月に施行された「食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律」の基本方針に基づいて食品廃棄物などの年間廃棄量を把握し、効率的なリサイクルシステムを構築するのが目的。

初年度事業として、当センターに「食品リサイクル推進会議」（仮称）を設置し、事業所における食品循環資源の発生量調査の内容や手法などについて検討するとともに、全国7か所で年間発生量の調査を行い、リサイクル・減量化費用を試算する予定となっています。

生活衛生業の皆様へ

## お店の繁栄に「生活衛生融資」を……

くわしくは最寄の支店窓口または相談センターでご相談下さい。

相談センター：東京03(3270)4649、名古屋052(211)4649、大阪06(6536)4649

飲食店営業 喫茶店営業 氷雪販売業



食肉販売業 食鳥肉販売業



旅館業

浴場業

クリーニング業

興行場営業

理容業

美容業



- お店の新築
- お店の増改築
- 設備・機械
- お店を賃借する場合の①入居保証金
- 店舗等の買取り
- 土地に要する資金
- 運転資金
- ②敷金・権利金



大きな明日へ いきいき融資

**国民生活金融公庫**

ホームページアドレス(URL)  
<http://www.kokukin.go.jp/>

平成13年度生活衛生関係営業経営実態調査では

興行場営業（映画館） 582施設

旅館業 1,462施設

飲食店営業（すし店） 1,450施設

の3業種について、いずれも平成13年7月1日に調査を実施しました。以下その概要を紹介します。

生活衛生関係営業経営実態調査は、生活衛生関係営業の健全な育成及び衛生水準の確保とともに、将来の展望を明らかにするための基礎資料を得るために実施されており、毎年3業種の施設から無作為に抽出した施設を調査対象としています。

表1 経営主体別施設数の構成割合（％）

	映画館	旅館	ホテル	簡易宿所	すし店
総数	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
株式会社	75.1	29.2	71.3	8.9	8.2
有限会社	12.9	32.8	21.9	14.4	32.0
個人経営	7.9	32.2	4.4	71.1	59.1
その他	3.6	5.7	2.5	5.6	0.6
不詳	0.5	0.1	-	-	0.1

## 1 興行場営業（映画館）について

映画館の経営主体は「株式会社」が75.1%で最も多く、経営者は3割以上が60歳代となっています。

50歳以上の経営者で、後継者がいるのは52.9%です。

従業者規模は「5～9人」が32.6%、次いで「20人以上」が24.4%で、1施設当たり平均従業者数は、前回平成7年の11.1人に対し、今回は21.0人と2倍近くに増えています。

経営状態については、「専業」が56.4%で、「興行場以外との兼業」は29.7%です。

対前年度比売上高が「5%以上減少」した映画館が58.5%となっていますが、これは平成12年度の売上高を平成11年度と比較しています。売上高の動向については「客数の減少」によるものが63.4%と最も多くなっています。

1施設当たりの年間売上高は、全国平均で約2億4千万円。1施設当たりの年間支出金額は同約2億1,800万円です。

1施設当たりの1週間平均入場者数は3,525人となっています。料金の割引制度については「高齢者

割引あり」が88.3%、「身体不自由者割引あり」87.5%、「映画の日割引あり」88.1%等何らかの割引制度がある映画館は全体の95.9%になります。

高齢者や車椅子利用者に配慮した設備は58.2%の映画館が「ある」と回答していますが、内容は「スロープ設置・段差解消」、「階段に手すり設置」、「車椅子用トイレ設置」とともに3割以上となっています。（いずれも重複回答）

ロビーの分煙コーナーは8割以上が「ある」と答えていますが、「仕切がある」のは、そのうちの8.2%です。

パソコンの導入は7割以上ですが、その半数以上が「経営収支の計算」に、3割が「ホームページの作成」に利用しています。（いずれも重複回答）

経営者の意識については、74.1%の経営者が「客数の減少」が問題であるとした上で、当面は「接客サービスの充実」や「ファン感謝デー等行事の開催」による対応を考え、長期的には「施設・設備の改善」、「新しい映写技術の導入」、「経営の多角化」、「マルチシアター等営業形態の変更」等を考えています。

## 2 旅館業（旅館・ホテル・簡易宿所）について

旅館業の経営主体は「株式会社」が37.1%で最も多く、経営者は6割以上が50～60歳代となっています。

経営者が50歳以上の場合、後継者がいるのは64.1%です。

従業者規模は「20人以上」が34.7%で、1施設当たり平均従業者数は前回平成9年の19.9人から31.3人と増えています。

経営状態については、旅館の「専業」が83.2%、ホテルは同76.9%、簡易宿所は同66.7%となっています。

対前年度比売上高は「5%以上減少」が45.3%と最も多く、売上高原因の主な動向は「客数の減少」になっています。

1施設当たりの年間売上高は、全国平均で約3億4千万円。1施設当たりの年間支出金額は同約3億1,800万円です。

1施設当たりの1週間平均宿泊者数は旅館が263人、ホテルが673人、簡易宿所が74人、客1人当たり平均単価は旅館が9,273円、ホテルが7,142円、簡易宿所が6,274円となっています。

「高齢者割引」や「身体不自由者割引」といった料金割引があるのはホテルでは44.4%ですが、簡易宿所では32.2%、旅館では28.7%となっています。

高齢者や車椅子利用者に配慮した設備はホテルの52.5%、旅館の38.2%、簡易宿所の18.9%が「ある」と回答しています。ホテルでは「スロープ設置・段差の解消」、旅館・簡易宿所では「階段に手すり設置」が多くなっています。

分煙については「食堂・レストラン等が分煙されている」は11.7%、「客室が禁煙・喫煙に分かれている」が9.6%です。

パソコンの導入は約7割ですが、「ホームページの作成」及び「顧客名簿の管理」に利用する割合が多くなっています。

経営者の意識については、76.5%の経営者が「客数の減少」が問題とし、当面は「接客サービスの充実」や「食事メニューの工夫等」による対応を考え、

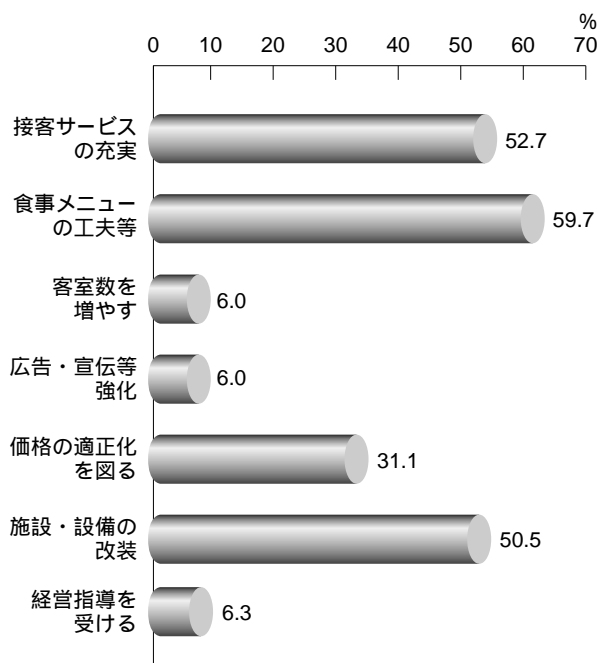


図1 当面の対応策(重複回答)別施設数の構成割合

長期的には「施設・設備の改善」、「パソコン等の導入」等を考えています。

### 3 飲食店営業(すし店)について

すし店の経営主体は「個人経営」が59.1%で最も多く、経営者は47.6%が50歳代となっています。経営者が50歳以上の場合、後継者がいるのは48.2%です。

従業者規模は「5～9人」が25.3%、1施設当たり平均従業者数は、7.5人で前回平成8年調査の6.4

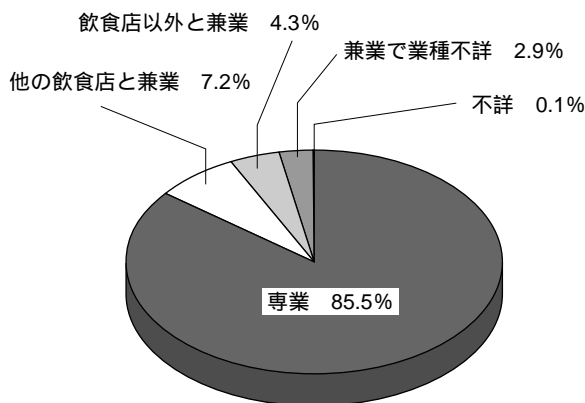


図2 専業・兼業別施設数の構成割合

人より増えています。

経営状態については、「専業」が85.5%、「持ち帰り・宅配専門店」は3.1%となっています。

対前年度比売上高では「5%以上減少」が60.5%と最も多く、売上高動向の主な原因は「客数の減少」で71.0%です。

1施設当たりの年間売上高は、全国平均で4,648万円。1施設当たりの年間支出金額の全国平均は3,992万円です。

持ち帰り・宅配専門店以外では、客1人当たり平均単価は2,664円、1週間の1店当たり平均客数は253人です。

カロリーや栄養等の表示については82.7%が「表示していない」、高齢者向けメニューでは90.6%が「ない」と回答しています。

施設・設備等については、食堂の延床面積で「25㎡以上100㎡未満」が約5割、利用客定員は30人以下が約5割とそれぞれ最も多く、高齢者や車椅子利用者に配慮した設備は16.5%が「あり」と回答しています。

また、食堂の分煙コーナーが「ある」と答えているのは5.4%となっています。

パソコンの導入は3割以下で、「経営収支の計算」や「ホームページの作成」に利用しています。

経営者の意識については、86.0%の経営者が「客数の減少」が問題であるとした上で、当面は「食事メニューの工夫」や「接客サービスの充実」による対応を考え、長期的には「施設・設備の改善」、「パソコン等の導入」等を考えています。



## 生活関連企業の景気動向等調査概要

平成14年1～3月期

国民生活金融公庫 生活衛生企画部 調査課 堀井 伸一

この調査は、国民生活金融公庫が財団法人全国生活衛生営業指導センターに委託して、生活関連企業の景気動向や設備投資動向などを把握するため、四半期ごとに実施しているものです。

今回は、平成14年1～3月期の調査結果の中から一部をご紹介します。

### ～ 厳しさ増す生活関連企業の景況 ～

#### (概況)

「業況」「売上」の各DIをみると、今期は、いずれも前期に比べて低下しています。特に、業況DIは過去最低の水準近くまで低下しており、非常に厳しい景況感を示しています。

来期は、業況DI、売上DIともに幾分上昇する見込みとはなっているものの、生活関連企業の景況は厳しさを増す状況が続いています。

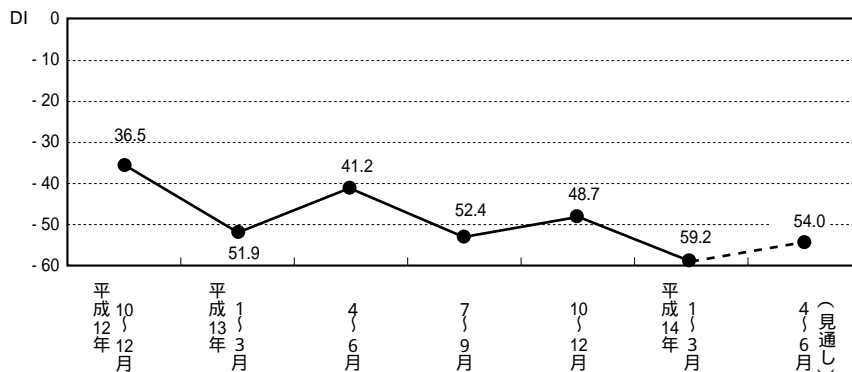


図1 業況DIの状況(全業種計、前期比)

#### (1) 業況

平成14年1～3月期の業況DI(前期より「好転」企業割合 - 「悪化」企業割合)は、59.2で前期に比べて10.5ポイントの大幅な低下となり、11年1～3月期の60.8に次ぐ過去最低水準の非常に厳しい状況になっています。(図1)

業種別にみると、正月興行も盛況であった「映画館」がプラスとなったほかは全ての業種でマイナスとなっており、特に「ホテル・旅館業」「クリーニング業」が、前期に比べ大幅に低下しています。(図2)

「映画館」について(社)日本映画製作者連盟の調べによると、13年の興行収入は、2001億円(前年比17%増)と、史上初めて2千億を超

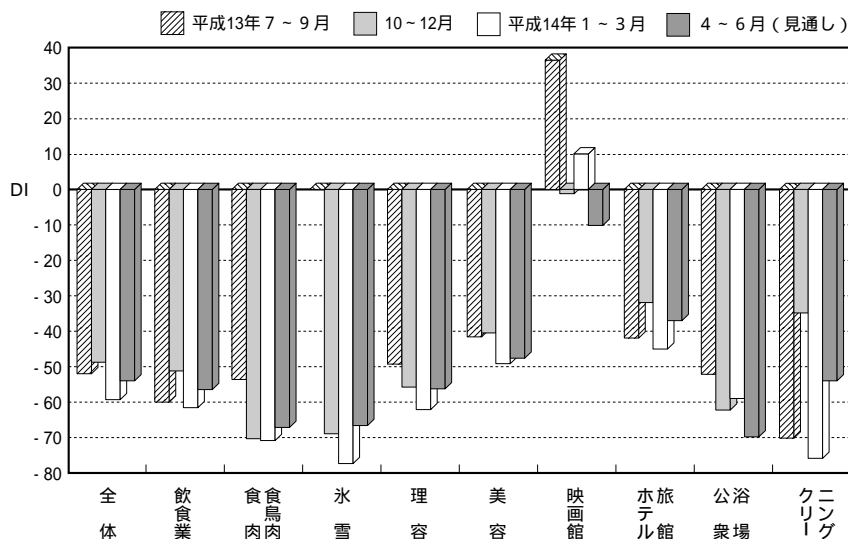


図2 業種別業況DIの推移(前期比)

え、入場者数も1億6千万人(前年比20%増)の結果となっています。

13年は、邦画、洋画ともにヒット作に恵まれたことはもちろんですが、シネマコンプレックス(複合映画館)を始め各映画館では集客力を高めるために、上映時間の延長、座席の改良、割引制度の導入などサービスの向上を図っており、これが入場者数を押し上げる一因になったようです。

14年1月以降についても、総務省の「家計調査報告」によれば、消費支出のうち「映画等入場料」は、14年2月まで8か月連続で前年を上回っており、「映画館」の好調さを裏付けています(下記「トピックス」参照)。

また、「ホテル・旅館業」については、米国同時多発テロの影響により、一時的に海外旅行から国内旅行にシフトがみられ、前期(13年10～12月期)の業況DIは上昇しました。しかし、海外旅行者数は、テロ後の13年11月の前年比51%を底に、14年2月には87%まで回復(JTB調べ「海外パッケージツアー」取扱状況より)しており、このような背景から、今期の業況DIは再び低下に転じています。来期以降については、14年4月からの小・中・高校の完全週休二日制実施に伴う、家族旅行者の増加に期待を寄せる声もあります。

また、「ホテル・旅館業」については、米国同時多発テロの影響により、一時的に海外旅行から国内旅行にシフトがみられ、前期(13年10～12月期)の業況DIは上昇しました。しかし、海外旅行者数は、テロ後の13年11月の前年比51%を底に、14年2月には87%まで回復(JTB調べ「海外パッケージツアー」取扱状況より)しており、このような背景から、今期の業況DIは再び低下に転じています。来期以降については、14年4月からの小・中・高校の完全週休二日制実施に伴う、家族旅行者の増加に期待を寄せる声もあります。

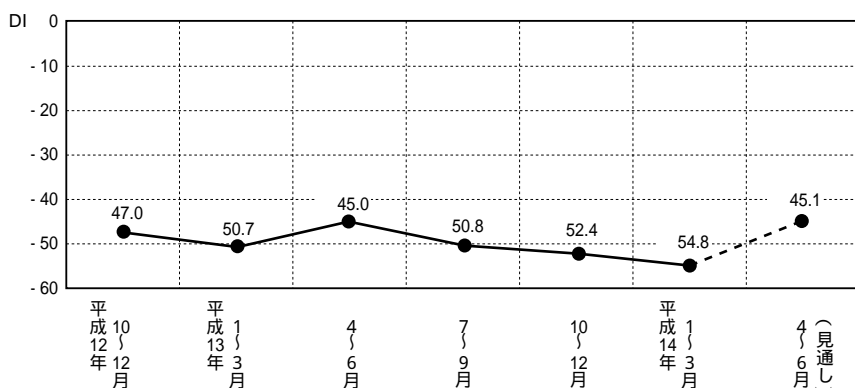


図3 売上の状況(全業種計、前年同月比)

## (2) 売上

14年1～3月期の売上DI(前年同期より「増加」企業割合 - 「減少」企業割合)は、54.8と前期に比べ2.4ポイント低下しています。

来期は、DIが9.7ポイント上昇する見通しで売上回復への期待が表れています。(図3)

## 「トピックス」

### 「映画等入場料」8か月連続で前年を上回る

～ 総務省「家計調査報告」より ～

14年2月の消費支出(全体)は物価変動を考慮した実質の前年同月比で、96.2%と前年を下回っているが、「映画等入場料」は13年7月以降、8か月連続で前年を上回っている。

参考 「消費支出(全体)」・「映画等入場料」の推移

(単位: 円、%)

	13年 2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	14年 1月	2月
消費支出	100.1 (100.0) 291,367	101.5 (101.0) 338,485	95.4 (94.8) 318,015	97.7 (97.1) 300,316	96.2 (95.5) 284,471	98.4 (97.3) 314,946	98.9 (98.0) 302,264	96.3 (95.3) 283,390	100.4 (99.5) 307,211	100.9 (99.6) 295,345	93.4 (91.9) 360,535	100.8 (99.1) 305,188	96.2 (94.4) 274,978
映画等 入場料	(85.1) 354	(87.4) 459	(89.5) 444	(93.3) 459	(79.2) 380	(115.0) 630	(105.1) 663	(107.6) 507	(120.9) 491	(116.2) 489	(142.5) 640	(135.9) 594	(111.3) 394

(注) 1 ( )内は前年同月比である。

2 内は物価変動を考慮した実質の前年同月比である。

3 「映画等入場料」とは、映画、演劇、コンサート等の入場料である。

資料: 総務省「家計調査報告」(全世帯)

# 消費者月間のテーマは「安全・安心」

全国消費生活相談員協会消費生活専門相談員 林 弘美

5月は消費者月間です。2002年のテーマは、「安全・安心に暮らせる社会をめざして」です。内閣府の作成したポスターは担当大臣の竹中平蔵氏がボンキッキの登場人物と一緒に八百屋さんに扮して「安全・安心」をうたっています＝写真＝。ごらんになりましたか？

食品の安全を根底から揺るがす食中毒事件を皮切りに、未認可の遺伝子組み替え作物の混入、BSE（牛海綿状脳症）いわゆる狂牛病関連の行政の勝手も含め、国産牛偽装と虚偽表示事件等、消費者と事業者の信頼関係をそこなう事件が続発しました。私たち消費者は、食品の表示を信じられなくなり、日々の暮らしに対する不安は高まっています。今年の消費者月間のテーマには、食品関連だけではなく悪質商法などによる被害も安全・安心な暮らしを脅かすという意味で含まれています。消費者・事業者・行政がそれぞれの立場から安全・安心に暮らせる社会について考える事を狙いとしています。

5月の消費者月間に合わせて全国消費生活相談員協会では5月21日から23日の3日間、消費者の不安や不満の声をくみ上げて提言・要望につなげるために電話相談「生活110番」を行いました。また昨年度に引き続き「消費者問題出前講座」を全国展開しています。消費者契約法の周知徹底を図るため、情報過疎になりがちな高齢者を対象に全国何処へでも出かける消費者問題の出前講座をお届けしています。どうぞご利用を。（お問い合わせ・お申し込みはTEL 03-3448-9736まで）



## 消費者苦情に対する企業のあり方

食中毒事件や異物混入事件の時には消費生活センターにも苦情・問い合わせ等、食品関連の相談が多く寄せられましたが、最近の産地偽装については、ほとんど相談がありませんでした。これは消費者がすでに企業を見捨ててしまっ、商品を買わないということではないかと思われます。見捨てられた企業は成り立たないということです。消費者が苦情をいってくるうちはまだ大丈夫。その対応を消費者はしっかり見ているということなのでしょう。

今まで表示に関心を持たなかった消費者が注意深く見るようになったのか、先日「たらこ」に無着色という表示があるのにどうして発色剤が使用されているのかという相談がありました。発色剤は着色料ではなく、無着色は添加物が無いという意味ではないので食品衛生法には触れないと説明しましたが、あまり納得していただけなかったようです。紛らわしい表

示は排除すべきだと主張されてきました。確かに企業も消費生活相談員も当たり前のことだと、何気なくやり過ごしてしまいが、一般の消費者の立場から見ると納得できない事があるのだと思います。

事業者は義務があるから表示をするという姿勢ではなく、消費者の立場でどうわかってもらえるかを考えるべきなのです。それが消費者に選択される企業として生き残る道なのではないでしょうか。もちろん表示が正しくなくては話にもなりません。

当協会の交流会員企業のお客様相談室を取材して強く感じる事は、消費者の意見・苦情を企業の経営に生かしたいという真面目な思いです。どの企業の担当者の方も真剣に考えて対応しています。それが経営のトップにまでつながるシステムを備えている企業はやはり今後も発展していくでしょう。

今はほとんどの企業がホームページをもつ時代になりましたが、

# 消費生活相談の現場から

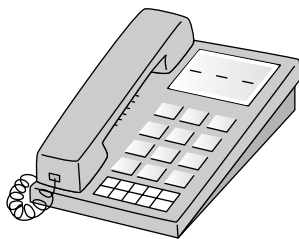
消費者が本当に知りたい情報が載っているかどうか一つの判断基準になるでしょう。反対にお客様対応を苦情の封じ込めと捉えて、消費生活センターに対して敵意を剥き出しにする企業もあります。そういう企業は苦情件数も多く、悪循環になっているのではないのでしょうか。いわゆる悪質商法の業者はそれ以前の問題ではありますが。

2002年4月22日に国民生活審議会消費者政策部会が「消費者に信頼される事業者となるため自主行動基準の指針」の中間報告を出しました。企業が自ら行動基準を作り消費者に対して情報を公開する、そして評価を受けることにより実効性を確保することがこれからますます求められていくでしょう。

## 最近の相談事例より

安全・安心な暮らしを脅かすという意味で、消費生活センターに寄せられる具体的な相談事例を紹介します。これらは消費者問題と言い切れないので、ほとんど事例集などには紹介されていない事業者の方々の被害事例です。

**事例1** 夫婦で営業しているお蕎麦屋さんからの相談。ご主人が留

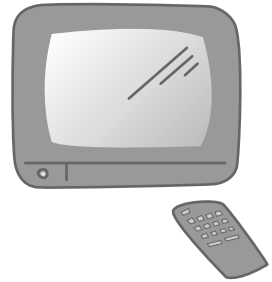


守の時にセールスマンが来て「黒電話が使えなくなるので、変わり

にこの電話機を取り付けに来ました。ここにサインしてください。料金は月々3500円なので電話料金は変わりませんよ」といわれたので店の判を押した。大手電話会社の人だと思っていた。後日、信販会社からクレジットの引き落としが始まり、電話機のリース契約であることがわかった。総支払額は30万円を超える。注文を受けるだけに使っている電話なので色々な機能は必要なく解約したいが、だまされたのだろうか。

**事例2** 診療所の医師からの相談。セールスマンが来て「現在2回線の電話をお使いですが、まとめて1回線の契約にすれば基本料が安くなります。2回線使う事ができるのでお得です。そのための交換機のリース契約をしていただきます」といわれ、大手電話会社のセールスマンだと信じてリース契約をした。5年間も支払い続けると総額が70万円を超えることに気付いた。解約できないか。

**事例3** 美容院・理容室・薬局・医院からの相談。セールスマンが来て「お宅の店にTVと文字広告のセットを置かせてくれませんか。人が来るところなので広告になるのです。文字放送で流す広告料が収入になるので、月々のリース料金はそれでまかなえますよ。支払いが終われば後はそのまま収入になります。広告主は責任を持って確保しますから」と説明を受け、200万円を超えるリース契約をした。その後広告主が見つからないとの理由で広告料金の支払いは無い。リースの支払いだけが続いている。会社に連絡をしても不



況なのでというだけ。そのうち会社名も変わり、以前の会社の責任者はもういないといわれた。

いずれも、相談者は事業者に当たりますが、実態は自分の商売上の取引ではなく、素人です。ところが契約書を見ると個人名ではなく会社としての取引になっているので、事業者は商行為であると主張し、消費生活センターのあっせんは不調に終わります。特定商取引に関する法律や消費者契約法の対象にはならないのです。しかもリース契約は中途解約が出来ない事になっています。

今回のような事例では中小企業相談や、弁護士相談を紹介しています。信販契約が成立していない場合に解約できた事例もありますが、ごくまれです。

規制緩和政策により消費者行政が事前規制から事後チェックに変わり、保護される弱い消費者からPL法・消費者契約法を武器に消費者の権利を主張するよう変わる事が求められています。しかし、その実態はあるべき姿から程遠く、ますます深刻な被害の餌食になっていると日々実感するしだいです。



## 平成14年 春の勲章・褒章受章者

政府は、2002年春の叙勲（4月29日付）と褒章（同28日）の受章者を発表しました。受章者は、叙勲が4624人（女性303人）、褒章が796人（同148人）。このうち、生活衛生営業関係（環境衛生功労）の皆様を掲載しました。

### 勲章（敬称略）

#### ...勲五等・双光旭日章...

**柏木 欣哉**＝現・全日本美容業生活衛生同業組合連合会副理事長（東京都大田区東矢口3の27の4）

#### ...勲五等・瑞宝章...

**井上 柳二**＝現・愛知県中華料理生活衛生同業組合副理事長（愛知県名古屋市中港区錦町4の3）  
**宇佐美悦朗**＝元・秋田県クリーニング環境衛生同業組合理事長（秋田県秋田市八橋本町3の4の52）

**川澄善一郎**＝現・静岡県鮎商生活衛生同業組合理事長（静岡県静岡市両替町2の5の3）

**佐藤 圓藏**＝元・宮城県食肉環境衛生同業組合理事長（宮城県塩竈市北浜1の2の32）

**柴田 力男**＝元・愛知県クリーニング生活衛生同業組合理事長（愛知県一宮市大字西大海道字新田前12）

**㍿橋 武夫**＝現・東京都鮎商生活衛生同業組合専務理事（東京都北区志茂2の41の12）

**中村 元一**＝現・鳥取県クリーニング生活衛生同業組合理事長（鳥取県鳥取市行徳1の416）

**野島 善藏**＝現・埼玉県麺類業生活衛生同業組合理事長（埼玉県蕨市中央1の29の6）

**疋田 昭平**＝元・新潟県麺類業生活衛生同業組合理事長（新潟県長岡市殿町1の3の9）

**雪ノ浦重松**＝元・岩手県公衆浴場業環境衛生同業組合副理事長（岩手県盛岡市高松1の8の18）

#### ...勲六等・単光旭日章...

**一戸 金造**＝現・青森県旅館ホテル生活衛生同業組合常務理事（青森県青森市新町1の3の2）

**木村 茂治**＝現・大阪府喫茶飲食生活衛生同業組合副理事長（大阪府枚方市伊加賀北町7の52）

**野本 昭二**＝現・東京都社交飲食業生活衛生同業組合副理事長（東京都渋谷区神泉町9の7）

**深川 保清**＝現・兵庫県麺類食堂業生活衛生同業組合理事長（兵庫県神戸市中央区生田町3の1の16）

**細川 博榮**＝現・大阪府公衆浴場業生活衛生同業組合副理事長（大阪府門真市常磐町20の10）

**渡邊 義夫**＝現・東京都簡易宿泊業生活衛生同業組合副理事長（東京都江東区森下3の17の2）

### 褒章（敬称略）

#### ...藍綬褒章...

**石川 東功**＝現・埼玉県料飲業生活衛生同業組合理事長（埼玉県東松山市大字松山761の5）

**石川 眞**＝現・北海道食肉生活衛生同業組合理事長（北海道札幌市西区二十四軒1条7の2の34）

**漆原 幸一**＝現・香川県旅館業生活衛生同業組合理事長（香川県仲多度郡琴平町611）

**大音與志雄**＝現・石川県公衆浴場業生活衛生同業組合理事長（石川県金沢市弥生2の3の10）

**木島 久子**＝元・千葉県美容業環境衛生同業組合理事長（千葉縣市川市行徳駅前1の22の1の901）

**古浦 信一**＝現・島根県すし商生活衛生同業組合理事長（島根県松江市末次町20）

**橋爪 顯**＝現・全国冰雪販売業生活衛生同業組合連合会副理事長（石川県金沢市東山3の2の22）

**水澤 英明**＝元・新潟県旅館生活衛生同業組合理事長（新潟県西蒲原郡弥彦村大字弥彦2911番地乙）

# 特相員だより 街の知恵、地域の心



井谷 典生さん

## 問題かかえた借り入れ申し込みが増加 / 融資実現の喜び格別

和歌山県理容生活衛生同業組合・特相員

特相員に就任した1990年当時は、経済が活況を呈し、問題になりそうな借り入れ申し込みも、事故も皆無でした。しかし、最近では、厳しい不況のもと、借り入れ申し込みの内容に問題を抱えた案件や、返済の遅れの問題なども徐々に増え、頭を痛めています。

問題の一つは、借り入れ申し込み者が、サラ金、街金などからの借入金を抱えているケースです。申し込み者が、借金慣れしているため、負債内容を正直に申告しないばかりか、不審に思っただけでも、なかなか正直には答えてもらえません。

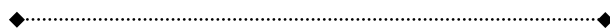
悪質な器具商も見逃せません。器具商が、押し付け販売を行い、その販売代金の回収が困難になったあげく、小企業生活衛生改善資

金に目をつけるケースです。器具商組合には、このようなことをやめるよう、再三申し入れています。なお一部で改善が見られず、怒りを覚えます。

そこで、これらを改善するため、特相員にIDカードを発行していただき、それを提示すれば、銀行、サラ金などで調査できるようにしていただければありがたいと思います。

生衛の他業種の方々から相談が寄せられ、転送先の組合を経由して融資が実現し、大変喜ばれて、うれしく感じたことがあります。また、「融資が決まりました」と礼状をいただいたり、相談がきっかけで親類づきあいをさせていただいたり 特相員ならではの喜びです。

「我為人々、人々為我」という中国の言葉を胸に、これからも相談活動に励みます。



## 融資を左右する重責を痛感 / 事故防止に独自マニュアル

千葉県飲食業生活衛生同業組合・特相員



山田 輝夫さん

特相員を委嘱されて22年になりました。特相員の任務は、生衛関係業者について、相談されたり、指導したりすることです。

この「小企業等設備改善資金貸付制度」は1973年に発足しましたが、特相員の事前相談のもとで運用されていることを強く認識しています。

この制度は、他の生衛資金の融資と異なり、無担保・無保証人という特別貸付の制度で、特相員の「融資推薦書」が事実上、融資の可否を左右します。推薦書を作成する特相員として、重い責任を感じるとともに、貸付制度の要綱に示されていることがらに留意しながら、推薦・相談の任務に取り組んでいます。

この制度は、小企業に適用されますが、企業の営業状況などを把握する資料が非常に少ないうえに、限られた時間で信用調査を行っ

て推薦書を作成しなければならず、大変困難な作業です。この推薦書で求められる事項に、いつも戸惑いを感じながら対処しているというのが、素直な心境です。

バブル経済の崩壊で長期化している景気低迷や消費活動の不振などのため、飲食業界の環境は、極めて厳しく深刻です。そんな折、この融資の事故防止に関する、昨年3月の厚生労働省健康局長通知を踏まえ、わが組合独自に融資の推薦取り扱いマニュアルを作成しました。

特相員も組合融資審査委員会も、このマニュアルを活用して適正に審査・推薦することで、事故防止に努めています。



# 青森県生活衛生営業指導センター

林 藤男・専務理事に聞く

青森市堤町 2-1-2 石塚ビル  
理事長 山本 昭三氏  
専務理事 林 藤男氏  
事務局長 板橋 榮氏  
職員数 4人  
(うち経営相談員 3人)

消費者の財布のひもが固くなったのは青森県ばかりとも言えませんが、わたしたちの日常生活に密着した業種ばかりの生活衛生業も、その直撃を受けています。各店舗はもちろんのこと、業界が知恵を出し合い、汗を流して独自性を打ち出し、より魅力あふれる消費基盤を作り出していきたい。そのための“黒子”として、指導センタースタッフも総員で一緒に汗を流し、活動を進めてまいります。具体的な活動や生活衛生業者のトピックスなどをご紹介します。

### 経営相談・経営特別相談員制度

センター業務の主力をなすといってもいいほどです。常勤スタッフ4人のうち3人が経営相談員で、融資や税務、衛生、労務など経営全般にわたる相談と指導はもとより、お店の経営診断もお手伝いをしています。特に川村由紀子相談員は17年のキャリアを持ち、女性相談員として誇れる存在です。

地元で直接相談の機会も設けており、県内7地区で年3回の相談を行っています。相談を担当するのは経験豊富な経営者など81人。特別相談員として融資相談など実務的なアドバイスを行っています。

### 融資相談室

事業資金や設備資金など経営の根幹にかかわる融資相談は年間を通して行っています。長期、低利



㊤山本 昭三・理事長



㊦林 藤男・専務理事



センター事務所の執務風景

の国民生活金融公庫の各種借入申込のお手伝いから、知事の推薦を要する各種融資の相談などを受け付けています。

### 苦情相談

お客様からの苦情対策など、随時ご相談に応じています。

### 研修会・講習会など

業種ごとの同業組合や県とのご協力を得て、定期的な研修会、講習会の開催、各種講演会なども行います。「管理理美容師指定講習会」の申込や「理美容師国家試験」の願書受付なども行っています。

### 登録事業の推進

理美容店、クリーニング店に登録していただく厚生労働大臣認可

Sマーク（標準営業約款）の推進をしています。消費者が安心してご利用いただけるお店のシンボルマークです。

### 広報紙「生衛あおもり」の発行

広報活動として、国や県、全国生活衛生営業指導センターからの資料や情報提供はもとより、「生衛あおもり」を年2回発行し、身近な活動を紹介しています。

## トピックス

### 後継者問題に関するアンケート調査から

生活衛生業は生活密着型産業、家計消費に直接つながる産業であり、かつ経済状況に一番左右されやすい業種です。こうした業種に

## 生衛業者を応援する“縁の下の力持ち”をモットーに

とって、後継者問題は切実なものがあります。平成13年度「生衛業活性化促進事業（経営基盤事業）」として実施された、青森県における「生活衛生業後継者」のアンケート結果をご紹介します。

13業種（理容、美容、クリーニング、公衆浴場、食肉販売、旅館ホテル、料理、その他飲食店、居酒屋、スナック、すし、麺類、興業）が加盟する圏内10生活衛生同業組合の組合員を対象（配布613、回収600）としました。

経営形態では個人経営者が85.8%を占めています。

まず「経営者の高齢化」が顕著に見られます。50歳以上が全体の8割を占め、業種別では公衆浴場と食肉、旅館ホテル、クリーニング、その他飲食業に著しい。反対にスナック、興業は50歳未満が6割を超え、業態の特徴がでています。

「後継者問題」の中身を見ますと、「後継者に委譲」8.6%、「後継者を予定」28.1%を合計すると36.7%。一方、「後継者がいない」17.1%、「自分の代で廃業」15.4%を合わせると32.5%。「後継者（予定者を含む）あり」の方が4%強上回っています。

後継者の内容を見ますと、子供が84.4%（息子67.1%、娘16.1%、娘婿1.2%）と圧倒的。従業員（他人）の予定は、わずか1.2%。

「経営者の決め方」では、「後継者自身の希望」が全体で51.7%と過半数を超え、多い順に麺類、すし、その他飲食店、居酒屋、スナック、食肉、美容業が続いています。

また、「なんとなく自然に」が

全体で25.1%。こちらも多い順にクリーニング、料理、旅館ホテルとなっています。特異ケースとしては興業が100%です。

さらに公衆浴場の69.2%が「相談して」であり、「説得」によるものが理容で15%、旅館ホテルで20%と子供の進路変更を促していることがうかがえます。

「事業を継がせる」では、経営者が店舗を所有しているのが全体で72%。うち自己店舗保有率が高いのは、旅館93%、公衆浴場100%です。

「後継者あり」で見ますと理容、公衆浴場、食肉、旅館、料理飲食、その他飲食、すしなどで店舗保有率が高い。つまり、子供を後継者とする理由として「資産を引き継がせたい」との願いを推測させます。

「事業を継がせた後の心配」としては、事業の将来性や競争の激化、消費の低迷、地域活性の減退などが挙げられ、生活衛生業者が置かれている現状を物語ります。

### 青森Riyo21ビジョン

快適・優美産業をめざして  
県の理美容組合は、業界の向上発展を図る目的から、組合員の声を反映させた「21ビジョン」を全国7番目にまとめました。モットーは、「人・和・心」。業界が抱える問題点や話題を基に、いかに「快適・優美産業へ向けて充実させることができるか」を提言したものです。



打ち合わせも和やかムードで



センター外観

### 日本一のアイロンがけ職人・厚生労働大臣賞に輝いた今泉次男さん

「平成13年度全国アイロンフィニッシュコンテスト」15分以内でワイシャツ2枚に、いかに手早く、美しくアイロンをかけ、たたみ、ハンガー仕上げする技を競うもので、県クリーニング同業組合員からチャンピオンが出ました。

東北ブロック代表の三沢市大洋舎商事(株)工場長、今泉次男さん。今泉さんはキャリア43年で、昔ながらの電気こてアイロン、木製台、アイロン布団を使っただけの手技は健在。

県クリーニング同業組合の励みとなる榮譽に拍手を送ります。

# 理容店が「110番の店」に

新潟県理容生活衛生同業組合はこのほど、同県の「こども110番の家」に組合ぐるみで参加し、「理容こども110番の店」として活動を始めた。

同県警によると、同県ではすでにコンビニエンスストアやガソリンスタンド、商店など約1万5千店が、この「110番の家」に加わっている。同組合でも、子供や女性、お年寄りなど、社会的弱者を狙った通り魔やストーカー的犯罪が多発する傾向にあることから、地域に密着している特性を生かして参加することになった。

「110番の店」に協力する店には、店頭の目立つところに看板がかけられており、不審な人物に声をかけられたり、つきまとわれたりした子供らから助けを求められた場合、直ちに110番通報するほか、はいかい老人の発見などにも協力することになっている。

# 矢田川温泉が20万人達成

2000年7月にオープンした兵庫県香住町の「かずみ・矢田川温泉」で4月30日、来場者20万人を記録、開業半年で5万人、1年で10万人に達した勢いを保ち続け、満2年を目前に大台を達成した。

同温泉は、1990年の台風災害の復旧工事の過程で湧き出たが、10年かけて公衆浴場をオープン。2001年夏に見つかった新たな温泉源からのお湯の供給もこのほど始まった。

新たな源泉は、温度が65度と熱く、イオンがこれまでの源泉より10倍も多く含まれる良質のもので、飲用もできる。同温泉では近く湯飲み場も整備することになっている。

同温泉は、アユ、コイが息をする矢田川沿いにあり、露天風呂にのんびりながら自然を満喫できるのが売り物で、関係者も、他の温泉では感じられない快適な湯感と自慢している。

# 中高生消費者向け出前講座

青森市にある青森中央学院大学は、「中学・高校生への消費者入門」と題して、青森県内の学校を対象に出前講座を行う。キャッチセールス、電話勧誘、クレジットなどに絡む被害が若い世代にも増えているため、講座では楽しくわかりやすく、「護身術としての消費者法」を説くことにしている。

同大では、これまで「地域に根ざした大学」を看板に、大学内で公開講座を行ってきたが、より積極的に地域に出向くというもので、出前講座は初めての試み。同大は、県内で唯一の法律系大学で、「消費者法」の講座もある。

講座では、食品表示違反事件も相次いでいることから、県消費者協会の協力も得て、食品表示の問題も扱う予定。問い合わせは同大の永田研究室（電017・728・8146）へ。

# クリーンライフビジョン21

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会など主催の「第40回クリーンライフビジョン21東京大会」は、11月29日、12月1日、東京・ビッグサイトで開かれる。

同展は、クリーニング関係の機械・資材・洗剤メーカーが、新商品や情報を提供する、クリーニング業界のためのアジア最大の見本市。「東京大会」では、同業界のコンセプトである「クリーンライフ思想」に、エコロジカルな視点と発想を加えた「エコロジカル・クリーンライフ」の提案と、「クリーニング事故防止システム」をキーワードとした、新生クリーニングライフビジョン21をアピールする。

6月中に開催概要説明会が開かれ、7月末に出展申し込みを締め切り、9月に出席者説明会が開かれる。

## 食べ散らかし禁物、作った人へ敬意を

今の日本では、物があふれ豊かになると反比例して、いろいろな場面でマナー違反の話を聞くようになった。

その典型が携帯電話。公衆電話しかなかった時代には、大声で電話する声が電車内に響くなんて考えられなかった。相手の声が聞こえないだけに、不愉快さを感じる。混んだ車内でリュックサックが後ろの人にぶつかると同様だ。

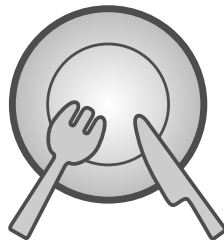
新しい商品が登場し、ライフスタイルが変化するにつれ、また新しいマナーも必要になってくる。

先日、ファミリーストランに行ったら、料理を残している家族が多いのに驚いた。注文しすぎたのか、残った料理は「食べ散らかした」という印象が否めなかった。

飲み放題、食べ放題。帰った後には、食べ物が残った皿がたくさんあった。

デフレで物価が下がった分、物を粗末にし、マナーに対するハードルまで下がってしまったのかとまでつい考えてしまった。

### 最近マナー事情



四半世紀も前のことだが、イギリスで暮らしていた時、食事マナーを厳しく教え込まれた。一つは学校で、給食で、料理を皿にもらう時、先生に「食べられる量だけ言いなさい」と厳しく言われた。残すこと自体が行儀のいいことではな

いばかりか、作ってくれた人にも失礼、と説明してくれた。そのせいか、食べ終わった皿はきれいになっていた。

また、あるレストランで食事をした時は、料理を残した妹に、ウエートレスが「残すのだったら、最初から少しだけ頼みなさい」と諭したのだ。

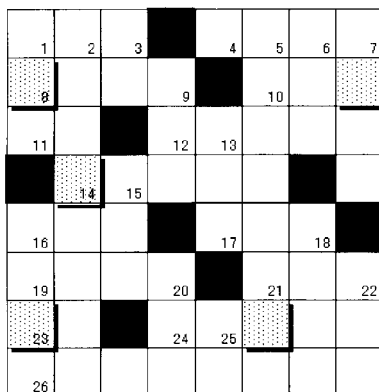
なんだ、そんなこと当たり前じゃないか、と思う方もいるかもしれないが、マナーというのは、その場の行儀の良さだけでなく、周囲の人への配慮、物を作った人への敬意まで考えることなんだ、ということをも、親だけでなく周囲にいるさまざまな人たちが教えてくれた。

表面的な形としてのマナーだけを教えるのではなく、なぜそうしなければならないか、ききかききとだれにでも教えられるということも、今の時代の一つのマナーかもしれない。

彩)

(ジャーナリスト・山元

## クロスワードパズル



### 【よこのかぎ】

1. 一度かかれば免疫ができます
4. 掌中にあること
8. イベント
10. フィッシュソーセージ
11. 左右の半球に分かれています
12. 慶応4年に宣布された明治新政の基本政策の誓文
14. 端午の節句には、ここに入ります
16. を越えて 決死の覚悟で
17. 「たてのかぎ13」で護る部分
19. 自由に技を出し合っている練習
21. 横っ面をパシッと...
23. リバーホース
24. とくに原発事業の営まれる場所や地域がこう呼ばれる
26. 度胸試しに飛んでみる?

### 【たてのかぎ】

1. 振り回すと危険です
2. まったくおかしいことです
3. 仏の も三度まで
5. 夏も近づくと...
6. くるよの相棒
7. 泳ぎの上手なイタチ科の動物
9. 極めてわずかなことです
13. 武者人形がかぶっています
15. ドビュッシーの和音と言えば
16. 紙のようにむける樹皮が特徴
18. 「戦争レクイエム」で有名なイギリスの作曲家
20. 百合
22. ファイル うっかり開かぬようご注意ください
25. 笠のてっぺんのこと

## 季節の うつろい

早乙女姿で田植えに  
挑戦する子どもたち  
(洲本市上物部で)



(財)全国生活衛生営業指導センター賛助会員  
(50音順、5月25日現在)

アメリカンファミリー生命保険会社  
〒163-0237 東京都新宿区西新宿2-6-1 新宿住友ビル37階

AIU保険会社  
〒130-8560 東京都墨田区錦糸1-2-4 AIGタワー

株式会社エレベータシステムズ  
〒171-0021 東京都豊島区西池袋3-29-9

株式会社弘環  
〒150-0031 東京都渋谷区桜丘町29-7 ミノリハウスB-1

株式会社サンエイヂ  
〒104-0061 東京都中央区銀座5-9-17 銀座あづまビル5階

株式会社トーコン・システムサービス  
〒113-0033 東京都文京区本郷1-18-6 トーコンビル

株式会社ユニバーサルファミリー  
〒164-0012 東京都中野区本町4-5-9 ユニバーサルビル

芝サン陽印刷株式会社  
〒104-0033 東京都中央区新川1-22-13

社団法人日本サウナ協会  
〒102-0085 東京都千代田区六番町1 番町一番館ビル2階

菅原印刷株式会社  
〒111-0051 東京都台東区蔵前3-15-1

第一生命保険相互会社  
〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-13-1

タカラベルモント株式会社  
〒107-0052 東京都港区赤坂7-1-19 タカラ椅子会館内

中央法規出版株式会社  
〒151-0053 東京都渋谷区代々木2-27-4

日本ハム株式会社  
〒108-0074 東京都港区高輪3-25-23 京急第二ビル

日本標識株式会社  
〒143-0011 東京都大田区大森本町2-4-9

### 編集後記

にわかサッカー・  
ファンになりつつある。

中学生のころ、試合前日に部員が足りないからと、急造ゴールキーパーを頼まれたことを思い出す。難なくゴールを破られた。その場しのぎの助っ人だから、悔しさも残らなかった。

以来、サッカーとは縁がなかったが、間もなくテレビで見る日本チームの動静に、一喜一憂していることだろう。

話術巧みな店員をかかえる、あの理容室では、サッカーを話題にマッサージしながら、客の心もほぐしているのだろうか。(泉)

## 生衛ジャーナル

5月号 平成14年5月25日発行 通巻334号 定価420円(本体価格400円)

編集・発行 財団法人 全国生活営業指導センター 編集長 亀川 潔 編集主幹 今村 寛  
〒105-0004 東京都港区新橋6-8-2(全国生衛会館2階) TEL 03(5777)0341 FAX 03(5777)0342

制作 菅原印刷株式会社  
〒111-0051 東京都台東区蔵前3-15-1 エスピービル TEL 03(5687)2211 FAX 03(5687)2310  
http://www.sugawara-p.co.jp E-mail:journal@sugawara-p.co.jp

本誌に掲載した論文などで、意見にわたる部分は、それぞれ筆者の個人的見解であることをお断りします。