

この生衛ジャーナルは宝くじの普及宣伝事業として作成されたものです

生衛ジャーナル

編集・発行 財団法人 全国生活衛生営業指導センター

年間テーマ

「広げよう 元気の輪、地域の輪」

- 特集「ワンモア・サービス」
- 春の叙勲・褒章受章者
- 受章の喜び
- 会社法が制定・施行

2006

5



C O N T E N T S

巻頭言	1
特集 ワンモア・サービス	
総論	2
お店探訪	3～9
センターにゆうす	
春の叙勲・褒章受章者	10
受章の喜び	11
「会社法」5月1日施行	12
特相員だより	13
厚生労働省から	14～15
景気動向調査の概要	16～17
消費生活相談の現場から	18～19
センターをたずねて	20～21
ほっとブレイク	
ぶらり旅・きまま旅〈7〉	22
働く女性のこだわり日記	23
編集室から	24



和歌山県 あじさい曼茶羅園

原稿・情報をお寄せください

お店探訪 (3～9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。

センターにゆうす (10～12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。

特相員だより (13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。

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

の漁で水揚げした魚介だけに、仕入れコストがかからない。実は、ここが最大の魅力でもあるのだが。

極端な例を挙げると「沖鍋」がある。漁場で水揚げを終えた漁師が、船上で食事をする際に、

獲れたての魚介をぶつ切りにして鍋ものにする。調味料は味噌のみ、簡易ガスコンロで煮込む。炊飯器で炊きたてのご飯と、丼に盛られた鍋もの。襟裳岬のあるえりも町のメヌケの漁師なら、一尾数キロのメヌケを惜しげもなくぶつ切りにし、脂の乗った肉と大根や長ネギを入れた味噌仕立てで炊く。漁労の後の食事だけに空きっ腹に旨みはずしんと響く。漁師の特権でも

あるが、こういった食べ方を日常とするだけに、舌の肥えた漁師の料理技には素材本来の旨みを生かすという筋が一本通る。

ボタンエビなら塩焼きも旨い。ウニは生で、シーズンオフには塩ウニあるいは蒸ウニ保存にして吸い物に。ヒラメやタラなど白身の魚は昆布でめて味をまろやかにする。お造りといってもぶつ切りに近い大きさでどんと盛り付ける。豪気に、しかも

素材を前面に掲げる。

魚介の漬物もある。魚を麴と野菜を絡めて発酵させた飯寿司。発酵手法に伝統的な「なれ鮓」技法を見てとれる。

漁師が営む旅館、使い古されたまな板の上で、年老いた漁師の内儀や漁師自身が、厚く身を捌いていく。レシピ集があるわけでもなく、とりたてて彩りを考えて盛り付けするわけでもない。さりげない器に無造作に盛られるだけなのだが、食べて実に舌がよれるほどに旨い。食材のたしかさと廉価を求めるなら、脚を使って生産地に行くべきだ。本物志向の原点がそこにある。手仕事としての魚介料理の真髄、漁師料理の矜持である。

本物志向の原点、漁師料理

全国の海岸線、津々浦々にある漁師宿や旅館が、今、ちょっとしたグルメスポットとして脚光を浴びている。なによりも魅力的なのが、漁港で水揚げして間もない魚介を、新鮮さだけで食べさせるお造り、塩焼き、塩ゆで、あら汁と、いずれもシンプルに、しかも、たいして手をかけないで素材の持ち味を生かすことを真骨頂とする。その“浜流儀”の魚食に惹かれ、南は五島列島から北は利尻島までの“さかな街道”を訪ね、漁師宿に泊まって『さかな海道日本海をゆく』（中央公論新社）などを出版した。舌で味わい、目で確かめてきた浜流儀とは、まるで魚に聞いたかのような裁き方で旨みの頂上を極める現場があった。

例えば、北海道の積丹半島のある旅館。さりげなくエゾアワビを天ぷらに揚げる。東京の料理店ではとてもお目にかかれない代物。もったいないとの声も出ようが、あえて天ぷらに揚げることでアワビの旨みをさらに引き出す。ぶつ切りで大胆に食べる浜流儀なのだ。あるいは、薄味の煮付け。歯応えと柔らかなアワビの旨みを違った角度で引き出す。塩辛もある。内臓を塩で漬け込み、肉もぶつ切りにして漬ける。塩味が溶け、独特の磯の香りと歯応えで塩辛の旨みを楽しませる。アワビそのものが高級素材であるため、やはりお造りや握りで慎ましく味わいたいという庶民感覚もあろうが、高級食材であるからこそ、素朴に、しかも大胆に旨みを味わう調理手法をとる。漁師料理の着想はいかに旨く食べるかの仕掛けにある。もっとも、自ら





特集 ワンモア・サービス



本業はしっかり“ホンモノ”に プラス・アルファで持ち味を出し 新鮮味追加でリピーター確保を

日本大学経済学部講師 池田 光男

今号の特集は「ワンモア・サービス」である。つまり、本業の商品やサービスの提供に、独創的な何かを付け加えることにより、何度も来店する顧客を取り込むことを意味する。特に生活衛生関係営業は、地域に密着した業種であるだけに、商圈内の通称「リピーター」と呼ばれる固定的な愛用者の確保は不可欠である。

自店が繁盛するかどうかは、新規顧客の獲得もさることながら、いかにリピーター作りをするか、またリピーターの再訪頻度をいかに高めるかにかかっている。なぜなら、リピーターが増えれば増えるほど、常連客が増えるからだ。

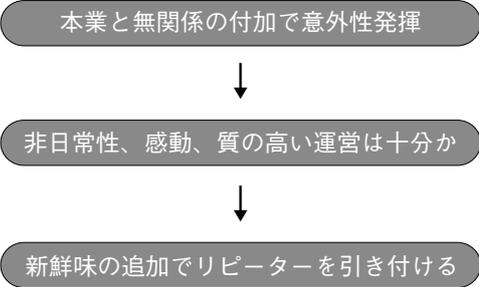
このリピーターを誘引するには、まず、本業が“ホンモノ”でなければならない。さらに、本業と無関係な異質・個性的なインパクトのある方策を付け加えることが重要だ。かといって、体裁を繕う必要はない。自分の持ち味をいかに生かすかである。

趣味の分野や長年培った文化的な作品、エンターテインメント（余興）的なものでよい。ただし、サービスを受ける側の顧客からすれば、素人の域を超えた専門的な知識・技能、演技力などが要求されるから、生半可なものであってはならない。

今号で取り上げた「お店探訪」の3店とも、営業基盤はしっかりと築いているうえで、経営者自身の持ち味を十二分に発揮している。

日本料理「円山」は、店内において経営者自身が和太鼓演奏を行っている。バー「盆さいや」

では、一貫してこだわり続けてきた盆栽作りのノウハウや話題を提供、また、バーで盆栽を販売して、意外性を発揮している。シネマコンプレックス（複合映画館）の1階にある Theater 6 Cafe（シアターシックスカフェ）は、カフェでありながら、映画館と連動し、5映画館の上映内容と関連付けたメニューを顧客に提供、さらに映画の専門知識、情報の提供を付加している。



これらの事例は、自店の持ち味の中に、非日常的な世界の創出、質の高い運営、感動を与えるなどの演出を方針として打ち出している。

しかし、常に同じ状態を維持していたら、もはや、何ら新鮮味がなくなり、顧客はそっぽを向いてしまう。長い目で見ると、一定期間を置いて新たな創作物を継続して追加することが、リピーターの継続的な確保に結びつく。「ワンモア・サービス」では、同じサービスを続けると顧客に飽きられてしまう余地もあるので、定期的に“新鮮味”を追加することでアピール度を持続していく努力を払うことが必要である。

味と和太鼓の共演

日本料理「円山」

住所：横浜市港南区丸山台3-22-3 経営者：丸山 二郎さん 電話：045・841・8392

営業時間：(昼) 11:00～14:30、(夜) 17:00～21:00 定休日：火曜日



お店探訪

自然の恵みをふんだんに使った日本料理に、和太鼓のライブで客をもてなす店がある。店内のステージから、和太鼓の魅力にはまった店主の力強い演奏が客の五感を刺激する。日常を離れた空間で、心身のリフレッシュができる評判の店だ。(文中敬称略)

和風建築の店内に入ると、まず玄関脇の大きな和太鼓が目に入る。そして8畳ほどのステージには更に3台の和太鼓が並ぶ。

「現代のお客さんはお料理もさることながら、日常にない優雅さや癒しの時をもとめに来店されると思います。そうしたゆとりを提供する場が必要になってきています」と語るのは



店の外観

「円山」を経営する丸山二郎。スリムな体からは力強さと洗練された雰囲気漂う。味だけではなく、全てに心から満足できる食を主義とし



厨房スタッフと（中央が丸山さん）



音の迫力を実感してもらうため、お客さんの席間近で和太鼓が演奏される



た店の総合プロデューサーだ。

店内の特設ステージはすだれで仕切られている。ここで月に1度、津軽三味線、琴、ギターなど様々なミュージシャンとのコラボレーションで「石庭ライブ」が開かれる。演奏にはもちろん店主自らが参加し、その時々ステージをイメージした創作懐石が振舞われる。通常、営業中でもリクエストがあれば店内で和太鼓を披露する。

丸山が和太鼓の魅力に気づいたのは15年前。太鼓奏者ヒダノ修一氏に出会い技術を習得できたことが、今を形成している。現在では毎年自分で企画、主演するコンサートを外部のステージで行い、大好評を得ている。5年前には自らがプロデュースするグループを結成した。

「仕事楽しくて、有意義な毎日です」という丸山の1日の睡眠時間は5時間。太鼓を始めてから病気をしたことがないそうだ。「太鼓はやった人にしか分からないでしょうが、自分を自然体に戻し、体の毒素を抜く効果があると思います」と店主は言う。

古来の日本の食文化には、現代の栄養学にも通じる科学的根拠があったことが分かってきた。「昔の文化をお客さんに伝えたい。こう

した気持ちを根底にして仕事をしていきたい」と店主は言う。

丸山の料理は、日本の伝統的な食の知恵や文化を忠実に守りつつ、イタリア、フランス、中華料理を学び、現代に合ったものを取り入れている。この道30年の和食のベテランは、食材を細かく吟味し、真に客の健康を考えた料理を提供する。こうしてテーブルには現代人に合った、四季折々の創作料理が並ぶ。

また、もてなしの心を大切に、盛り付けや器、床の間の飾りや料理を供する和紙、花に至るまで店内の全てに気を配る。1階はテーブル席を中心にカウンター席、お座敷を含めて24席あり、2階はより落ち着いた個室の座敷で32人が座れる。



店内の石庭ステージでのライブ風景



和太鼓コンサートで披露される包丁作法の「大草覚真流」(右が丸山さん)

丸山は料理の世界をより深く追求するため、包丁作法の古式諸礼式の一つである「大草覚真流」を学んだ。その歴史は室町時代に遡り、勇壮さを重んじる。店主は料理の奥義を様々な料理人に伝授し、料理の心構えを伝承する。こうして現在では、全国に100人の門下生を率いる勇壮な包丁作法の伝承者となった。

包丁の儀式は雅楽

が流れる中で幕を開ける。その太鼓の音がきっかけとなり、丸山を和太鼓の世界に誘った。店では和太鼓教室も開かれる。

今年で丸山が和太鼓コンサートを始めてから10周年を迎える。これを記念して、今年は例年より更に盛大に1500人の観客の前でコンサートを開く予定だ。

心に響く太鼓につられ、丸山と客との一体感や輪が広がる。「自分が楽しんでる姿や、自分の成長をお客さんに見てほしい」と丸山は明るく語った。



今年で10周年を迎える和太鼓コンサート

盆栽の普及拠点にも

バー「盆さいや」

住所：東京都渋谷区恵比寿西2-8-9 代官山宝ビルⅢ 4階

(有) ボンサイ・アート代表取締役 藤田 茂男さん 電話：03・3464・7377

営業時間 20：00～深夜 定休日 日曜、祭日 URL：http://www.alles.or.jp/~bonsai/

お店探訪

今、若者や女性の間で盆栽が人気だ。そのブームの中、店内にところ狭しと置かれた盆栽の花や緑を愛でながら、一人、あるいは仲間で盃を傾けられるバーが東京・恵比寿にある。丹精こめて育てた盆栽について店主が蒔蓄を傾けるのを聞きながら、自分も育ててみたいと思えばリーズナブルな値段で手に入る。盆栽のアフターケアも親切に教えてくれる。盆栽を介してコミュニケーションの輪も広がる。(文中敬称略)

JR、地下鉄日比谷線の恵比寿駅から歩いて5分ほどのビル4階。エレベーターから一歩店に入ると、セイヨウカマツカの盆栽が出迎えてくれた。白い花をつけ、秋になると赤い

実をつける。

5、6人が座ればいっぱいになるカウンターにテーブル席が3つ。23平方メートルのL字型の空間に、八重サクラの旭山、シンパク、カエデ、ゴヨウマツ、ヒメリンゴ、ニレケヤキなどのミニ盆栽が並んでいる。

この日最初のお客さんはドイツで3年ほど暮らし、今年、都内の大学に入学するという女性で、「機内誌にこの店が紹介されていたので、さっそく来ました。向こうでも盆栽が人気で興味はありましたが、バカ高くて手が出ませんでした」と言いながら、店内に置かれた盆栽を興味深そうに見入っていた。

和服姿で応対する店主、藤田は「バブルがはじける前にも盆栽ブームはありましたが、そのころは金にあかして超高級な盆栽を漁るよ

うな感じでした。今度のブームは、その対極の、普段着の盆栽がメインです。ですから、この店も『カジュアル盆栽バー』と銘打っています。これこれの形じゃないと盆栽じゃないといった堅苦しいものではなく、その人にとって心が癒されるフォームなら、それが盆栽の心と言えます」と解説してくれた。

店主の藤田は17年ほど前、アメリカ・フロリダのディズニー・ワールド内にあるジャパン・パビリオンのスタッフとして働いていたおり、『BONSAI』に出会った。そして、その魅



和服姿でお客さんと話す藤田さん

力に取りつかれ、帰国後、千葉市内で盆栽業を営み始めた。92年からは東京・原宿にある有名な日本土産店の軒先を借りて盆栽を販売、若い客が増えてきたため5年前から今の店を構えた。最初の店は創作和食の店だった。この店でも盆栽を置いた。そしてシェフが育て店を“卒業”したのを機に2年前、現在の「盆栽バー」に転進した。

今は千葉で事業所を持ちながらインターネット販売だけに絞っているが、アメリカから帰国後、一貫して盆栽にこだわり続けてきた。「盆栽バーでお客さんに販売するのは、もちろんコミュニケーションの一環ですが、ここはいわば盆栽普及のための広報活動といった感じ」と藤田は笑う。店には常時、千葉の事業所で育てた季節の盆栽を10種類、30～40鉢ほど置いておき、定期的に入れ替える。

お客は、IT関係やグラフィックデザイナーなどが多く、記者や駐在員などの外国人もまじる。

「目の前のミニ盆栽の話から『きれい！私も育ててみたい』ということになり、水遣り、植え替え、施肥など話の種が尽きなくなりますね。床の間なんかなくても、ワンルームの部屋で充分。咲き始めのドキドキ感を体験してもらいたいので、ツボミのうちにお売りすることにしています」と藤田。

インターネットの売れ行きはここ数年、右肩上がり、10年前と比べると3倍以上になっているという。売れ筋は3,000円～10,000円。贈り物にする人も多く、今年のパレンタイン

デーでは約400鉢、ホワイトデーには約700鉢の注文があったという。

藤田は、創作和食を経営した経験を活かし、料理にも工夫をこらしている。人気は「韓流ちぢみ」。また、「盆さいや」オリジナルのぬか漬けも評判がいい。藤田は盆栽に対する

のと同様、ぬか床にも丹精をこらす。

藤田のこだわりは、バーで盆栽販売と盆栽普及の広報拠点とするだけではない。異業種とのコラボレーション・イベントも行う。店主の幅広い人脈をネットワークにして、マジシャンを迎えて、あるいはファッションデザイナーや写真家による作品展示を兼ねたパーティーなども試みる。また、昨年10月末には乳がんの早期発見を啓発するための『ピンクリボン運動』イベントを開き、男女を問わず、お客さんたちから賛同を得ることができた。

藤田は「これからもフード、ドリンク、音楽、ファッションなどとのコラボレーション・イベントをどんどん企画していきたい」と、盆栽を仲立ちとした文化発信の拠点としての役割にも意欲を見せている。



昨年10月に開かれた「ピンクリボンの夜」開催を知らせる“告知板”



店のエントランスでお客さんを迎える満開のおかめ桜（今年3月）



テーブルに並べられたミニ盆栽



店を借り切って盛り上がるパーティー

映画とカフェ連携

「Theater 6 Cafe (シアター・シックス・カフェ)」

住所：東京都渋谷区円山町1-5 Q-AXビル1階 代表取締役：黒崎 輝男さん 電話：03・3464・6276

営業時間：11：30から深夜営業有 定休日：なし

お店探訪

東京屈指の繁華街、渋谷駅前に広がる交差点から徒歩7、8分。東急百貨店本店に程近い円山町は飲食店、ホテル、雑居ビルなどが混在する、独特の雰囲気を出すエリアだ。この一角に今年1月に設立されたのがシネマ・コンプレックスの「Q-AXシネマ」だ。そして、同ビルの1階に完成したのが「Theater 6 Cafe」である。「第6番目の劇場」としてカフェは3月に正式にオープンした。これまでに類を見ない文化発信型のカフェとして業界だけでなく、さまざまなジャンルの関係者から注目を集めている。

(文中敬称略)

「あの一、『ジंगा』(映画の題名)をやっていると思うんですが、上映は何時からですか?」。20代とおぼしき男性がカフェの店員にこう声を掛けながら店内に入ってきた。平日のお昼前のことだ。そのあとも、店内にはこれから上映する映画を見る前に一服、あるいは軽い食事でもしようという客が数名入ってきた。

ここは“普通の”カフェではない。映画館を訪れた顧客に「ワンモア・サービス」を提供する映画館と連動したユニークなカフェなのである。「Q-AXシネマ」内には同じ渋谷区内から移転してきた「ユーロスペース」など5つのシアターが入居している。まるでビル全体がミニシアター・シネコンといった雰囲気だ。

1階にあるカフェも、当然、映画を楽しむ人の期待を裏切らない凝った内装デザインやメニューになっている。店内の奥中央にはまるで



Q-AX シネマビル1階にある「Theater 6 Cafe」



ゆったりとくつろげるカウンター・バー



スクリーンが上がり映画が上映されるような臨場感を持たせたカーテン



店の入り口に掲げられた上映中の映画の立て看板

映画館のようなステージがある。また、舞台の幕を連想させるような豪華なカーテン、そしてカウンターバー、くつろぐにはちょうどいい広々としたテーブル席も。ちょっとしたコーナーには名優チャップリンの本や帽子がさりげなくディスプレイしてあって映画ファンの心をくすぐる。広さは約170平方メートル、席数は約80席あり、開放感がある。

経営するのは流石創造集団のCEOである黒崎輝男だ。「IDEE」を創立し、ライフスタイルのプロデュースなどで定評があるだけに、店はスタイリッシュな造りになっている。

スタッフのひとり、見目順子は「お客様の9割は映画を見にいらした方ですね。上映する映画によって客層は変わりますが、10代から70代ぐらいまでと年齢層が幅広いのが特徴です。平日は会社員やOLが中心ですが、週末

は小さいお子さんを連れた家族連れもいらっしやいますよ」という。

メニューを見るとそのユニークぶりはなかなかのものだ。映画のタイトルにちなんだネーミングが顧客にも受けているという。ざっと挙げると「勝手にしやがれグリーンサラダ」、「燃えよドラゴン トムヤムクン」、「カサブランカのマルゲリータ」、「風とともにブラウンピタ」、「シェルブールのチーズ盛り合わせ」など。おもしろい定番の料理名がズラリと並ぶ。

また、上映する映画に合わせた期間限定メニューもある。取材時に上映していたのはブラジル映画『ジンガ』、日本映画『ナイスの森』、アメリカ映画『マイ・アーキテクト』など。限定メニューは『ナイスの森』から「ナイスな合コンプレート」、「森もりサラダ」や、テイクアウトメニューでかわいい「もてない3兄弟クッキー」も。『ジンガ』からはブラジル生まれのポピュラスナック「ボンデケーキ」など。限定メニューはスタッフが上映される映画を見たり、あらすじを読んだりしてイメージに合った料理を考案するという。

見目は「スタッフもみんな映画が大好き。もちろん接客や飲食も好きなのでこの仕事をしています。お客さんが映画の話で盛り上がりながらお料理も楽しんでくれたらうれしいですね」と話す。映画館に直結したユニークなカフェとして、今後も周囲から注目を集めそうだ。



テイクアウトメニューの「もてない3兄弟クッキー」(左) 人気メニューのチキンライスと限定メニューのズーク(ドリンク)(右)



平成18年 春の叙勲 褒章受章者

平成18年春の叙勲と褒章の受章者が4月29日付けで発表されました。このうち、生活衛生営業関係（生活衛生功労、藍綬褒章）の皆様は次のとおりです。おめでとうございます。

◆叙勲（敬称略）

◇…旭日双光章…◇

- ▽荒木 正智 = 元・大阪府食肉生活衛生同業組合 合理事長（大阪府羽曳野市）
- ▽池田 末次 = 現・佐賀県クリーニング生活衛生同業組合 合理事長（佐賀県西松浦郡）
- ▽岡本 恭一 = 元・島根県理容環境衛生同業組合 合理事長（島根県松江市）
- ▽小野 百香 = 現・佐賀県美容業生活衛生同業組合 合理事長（佐賀県神埼市）
- ▽黒部 重次 = 現・全国旅館生活衛生同業組合連合会 理事（愛知県幡豆郡）
- ▽越村 良久 = 現・全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会 専務理事（東京都港区）
- ▽小林 賢司 = 現・三重県興行生活衛生同業組合 合理事長（三重県津市）
- ▽坂入 良一 = 現・群馬県鮪商生活衛生同業組合 合理事長（群馬県桐生市）
- ▽佐野 明 = 現・全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 副会長（福岡県福岡市）
- ▽島方 廣治 = 現・全国麺類生活衛生同業組合連合会 副理事長（群馬県高崎市）
- ▽武井 陽一 = 現・埼玉県ホテル旅館生活衛生同業組合 合理事長（埼玉県ふじみ野市）
- ▽竹中 進 = 現・全国理容生活衛生同業組合連合会 副理事長（茨城県桜川市）
- ▽手塚 茂 = 現・神奈川県興行生活衛生同業組合 合理事長（神奈川県相模原市）
- ▽中村 康雄 = 元・沖縄県飲食業環境衛生同業組合 合理事長（沖縄県南城市）
- ▽三島 義郎 = 元・香川県食鳥肉販売業環境衛生同業組合 合理事長（香川県高松市）
- ▽森下 龍男 = 元・福井県麺類業生活衛生同業組合 合理事長（福井県福井市）

- ▽山本 勲 = 元・兵庫県公衆浴場業生活衛生同業組合 合理事長（兵庫県尼崎市）

◇…旭日单光章…◇

- ▽岡崎 敏一 = 現・香川県社交飲食業生活衛生同業組合 副理事長（香川県綾歌郡）
- ▽加藤 三郎 = 元・北海道麺類飲食業生活衛生同業組合 副理事長（北海道小樽市）
- ▽佐藤 由男 = 現・宮城県美容業生活衛生同業組合 副理事長（宮城県仙台市）
- ▽佐藤芳太郎 = 元・秋田県クリーニング生活衛生同業組合 副理事長（秋田県由利本荘市）
- ▽柴原 芳子 = 元・大阪府美容環境衛生同業組合 副理事長（大阪府大阪市）
- ▽下山 純一 = 現・愛知県喫茶飲食生活衛生同業組合 副理事長（愛知県名古屋市中区）
- ▽谷口 陽三 = 現・山口県旅館生活衛生同業組合 副理事長（山口県防府市）
- ▽三秋 信夫 = 元・愛媛県美容業環境衛生同業組合 副理事長（愛媛県松山市）

◆褒章（敬称略）

◇…藍綬褒章…◇

- ▽佐藤 泰世 = 元・山形県喫茶飲食生活衛生同業組合 合理事長（山形県山形市）
- ▽田中 紀雄 = 現・全国料理業生活衛生同業組合連合会 副会長（岩手県盛岡市）
- ▽藤井 信廣 = 現・全国飲食業生活衛生同業組合連合会 副会長（山口県岩国市）
- ▽古谷 一 = 現・愛知県クリーニング生活衛生同業組合 合理事長（愛知県名古屋市中区）
- ▽渡邊 剛男 = 現・全国旅館生活衛生同業組合連合会 副会長（愛知県名古屋市中区）

営業者の資質向上、麺の普及活動に尽力 旭日双光章を受章

現・全国麺類生活衛生同業組合連合会副理事長

島方 廣治さん



島方さんは昭和32年、そば処「きのえね」創業以来、卓越した見識と先見性をもって麺類業界の向上発展に貢献。「麺類は昔から親しまれた食べ物です。今後も、品質をしっかりと保ちながら、お客様に納得していただけるものを提供していきたいですね」と語る言葉から、島方さんが標準営業約款制度の導入に力を注いだ熱意が伝わる。そば粉の含有率70%以上の表示、製麺方法の表示等、表示の適正化を推進して消費者が納得して店舗を選択し、併せて営業者の資質の向上・公衆衛生の向上に貢献した。

一方、麺類の普及活動にも尽力。日本の伝統食である蕎麦が、若年層から敬遠されている現実に危機感を抱き、全国の小学校に蕎麦の種子を配って栽培しながら蕎麦の知識を育てる運動を続けてきた。この活動は今年で22回をかぞえる。インターネットでも、そば・うどんに関する知識を発信し、ホームページの「そばの散歩道」で麺類の情報を提供。さらに、消費者の質問に的確に対応できる知識を網羅した『麺食のすすめ』を刊行し、麺食文化の普及に寄与している。

そんな島方さんは、「若い方々にももっと麺のことを勉強してもらい、お互いに刺激し合っ
て業界を盛り上げてもらいたいと思います」と、後進たちの奮起を期待する。

積極的な改革で業界を活性化

旭日双光章を受章

現・全国理容生活衛生同業組合連合会副理事長、
茨城県理容生活衛生同業組合理事長

竹中 進さん



竹中さんは昭和25年から理容業に従事し、昭和30年「ヘアーサロン タケナカ」を開業。以来、理容業界の指導者として組織運営に努め、理容業界のみならず生活衛生業等関連業界からも信望を得ている。なかでも、理容産業21世紀ビジョン推進委員会委員長として尽力した、「全国理容共済会ゆめ倶楽部」の創設は、全国の組合員から好評を博している。

全国理容総合研究所所長としては、育毛や癒しに重点を置くマッサージ技術を取り入れた「ニューシャンプーシステム」を打ち出した。(財)全国生活衛生営業指導センターの振興事業として全国展開した結果、約6,400名に上る受講生を呼び、各地で大きな評価を得た。また、「火災共済」「団体生命共済」「年金共済」「賠償責任補償共済」「療養補償共済」の5共済制度の内容の整備拡充に尽力した。特に「賠償責任補償共済」は、平成17年3月現在で87,585口、97.9%の加入率を実現。組合員店の経営の安定・向上を図るとともに、理容店利用者の利益保護に多大な貢献をしている。

厳しい状況が続く業界の中で、竹中さんは、団結すれば必ず解決することを信じて業界を牽引してきた。「組合員の方々も同じ志をもって、生活の向上を目指してがんばっていただきたいですね」と、竹中さんは団結の大切さを語る。

「会社法」5月1日施行

起業と経営は「原則自由」に

会社経営の新たな基本法となる「会社法」が5月1日に施行された。明治32年の商法制定以来最大の抜本改正で、経営陣の裁量を幅広く認める「原則自由」の基本理念を掲げる一方、会社設立や合併・買収（M&A）を容易にするなど、経営の迅速化を図る。

会社に関する法律は商法のうち会社に関する部分と商法特例法、有限会社法の三つに分かれていた。会社法はこれを一本化して国際化や規制緩和など、企業を取り巻く経営環境の変化に

合わせて大幅に見直した。

現行の商法は「カタカナ・文語体」で記述されており、読みにくいだけでなく難解だとの批判が強かった。これに対し、会社法は「ひらがな・口語体」で書かれ、分かりやすくした。

株式会社や有限会社の資本金の制限をなくし、定款を企業自身が自由に決められるなど、企業をつくりやすくした。半面、厳格な情報開示が求められることで株主の監視は強まり、経営者の責任も重くなった。



生衛法及び生衛法施行規則を一部改正

総会・理事会等の議事録の記載事項等を改正

会社法の制定により「生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律」（生衛法）及び「生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律施行規則」（生衛法施行規則）について必要な改正が行われ、会社法と同様に5月1日から施行された。

改正前の生衛法では、生活衛生同業組合の総会や理事会などに関する規定については、基本的に商法の規定を準用していたが、今般、会社法が制定されて商法の大部分の規定が会社法で規定されることとなったため、生衛法及び生衛法施行規則においても必要な整備が行われたところである。

特に主要な改正内容としては、生活衛生同業組合の総会や理事会の議事録の記載内容が生衛法施行規則に具体的に規定されたことであり、その概要は下記のとおりとなっている。このため、各組合等の定款の議事録の部分については、

この内容に合わせるための改正が必要になる。

◆組合（連合会及び小組合を含む。）の総会（総代会も同様。）の議事録の記載事項について

①総会が開催された日時及び場所、②総会の議事の経過の要領及びその結果、③総会に出席した役員の名、④総会の議長の氏名、⑤議事録の作成の職務を担当した理事の氏名など。

◆組合（連合会及び小組合も含む。）の理事会の議事録の記載事項について

①理事会が開催された日時及び場所、②理事会の議事の経過の要領及びその結果、③決議事項に特別の利害関係を有する理事があるときは、その理事の氏名、④理事会の議長の氏名など。

特相員だより——街の知恵、地域の心



理事と結束、県産食材に自信

□島根県料理業生活衛生同業組合・特相員□

加田 憲三

特相員は平成16年11月から、組合出雲支部長兼務で務めています。私が特相員になった当時の出雲支部では組合員が45人、現在は66人です。増加のポイントは14人いる理事の皆さんと、月1回の理事会を中心に連携を密にしていることです。もう1つは、こうした結束をもとに組合費集金や配布物を、すべて理事の手によって行っていることです。

集金に伺えば単に業務だけではなく「まあ、お茶でも」となります。そこで得られる情報は大変に貴重で、例えば「店舗拡大したいが資金や地主との交渉がうまくいかない」とか、組合を信頼しての相談があります。そして組合への苦情も。私たちは理事の間でそうした情報を共有して、困りごと解決のためのアドバイスや、また資金面では生衛センターへのつなぎ役になるよう努めています。もちろん苦情も、改善すべ

き点はきちんと対応しています。

出雲市は現在、道路開発の真っ最中で料飲業新規出店が多いのです。そういう背景もあるでしょうが、組合にはこうした「見えないメリット」もあるために、幸いにも組合員増加につながっているのではないのでしょうか。

本業（有限会社すし日本海）では、出雲市内2店舗を核に主力の「さば・しじみ寿司」など島根産の良質な食材のみを使った商品を、高速道サービスエリアなど50か所での販売、東京など大都市の百貨店などで島根食材の実演販促を進めています。島根はまだ知られていない素晴らしい食材の宝庫。自信を持って、県外の方々にお勧めできます。島根の料飲業にとっては、行政・関係機関とタイアップし、県外の大都市で開かれる「特産品フェア」などに積極的に参加して、ルートづくりに努めることも重要ではないのでしょうか。

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



食肉販売業



喫茶店営業



食鳥肉販売業



氷雪販売業



旅館業



浴場業



クリーニング業



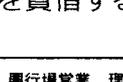
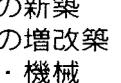
興行場営業



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
②敷金・権利金
- 店舗等の買取り
- 土地に要する資金
- 運転資金



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/>

食品中に残留する農薬等の規準に係るポジティブリスト制度の導入

(改正食品衛生法第11条関係)

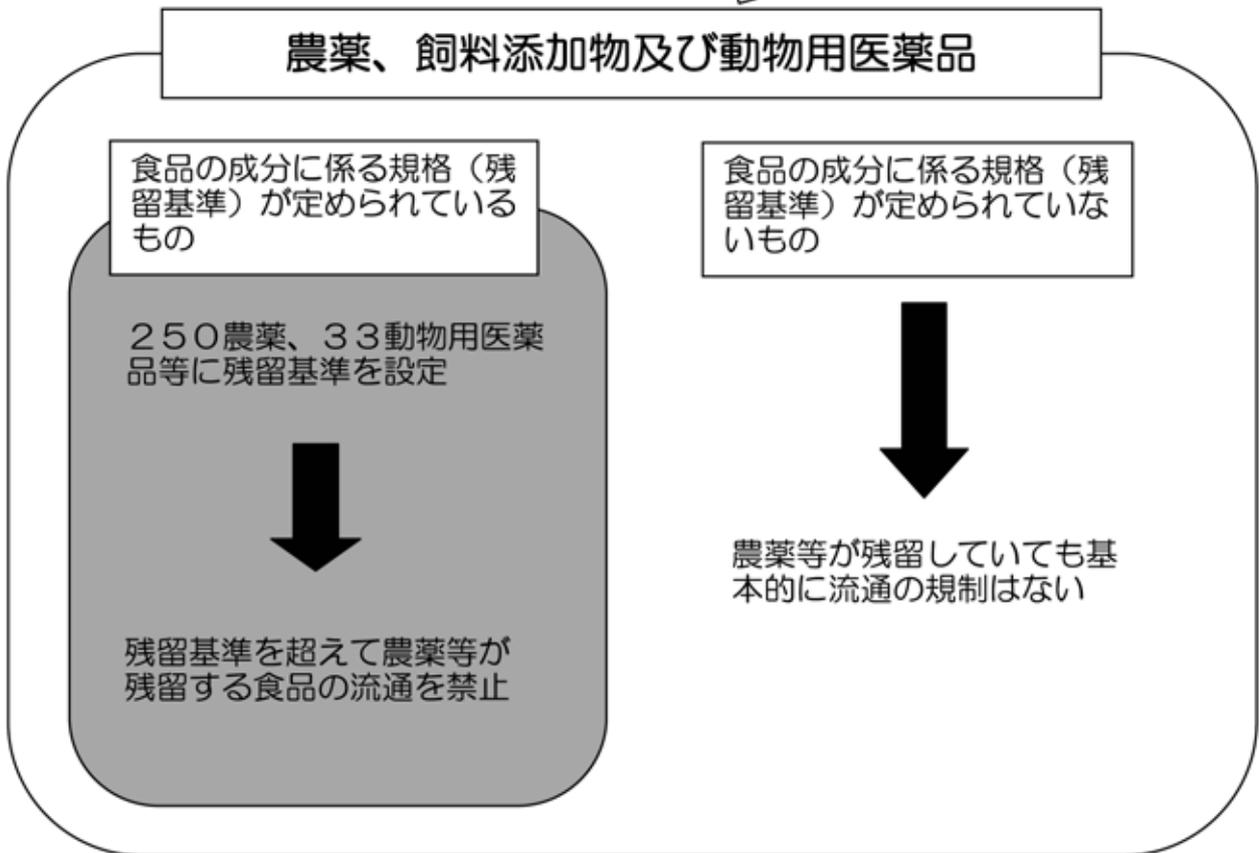
平成18年5月29日から施行する食品中に残留する農薬等の規準に係るポジティブリスト制度についてご紹介いたします。

厚生労働省では、平成15年5月に食品衛生法等の一部を改正する法律（平成15年法律第55号）によって改正された食品衛生法（昭和22年

法律第233号）に基づいて、食品中に残留する農薬、飼料添加物及び動物用医薬品（以下「農薬等」という。）に関し、いわゆるポジティブリスト制度（農薬等が残留する食品の販売等を原則禁止する制度）を導入するため、関係法令等の整備を行いました。

【 現行の制度 】

平成18年5月29日施行

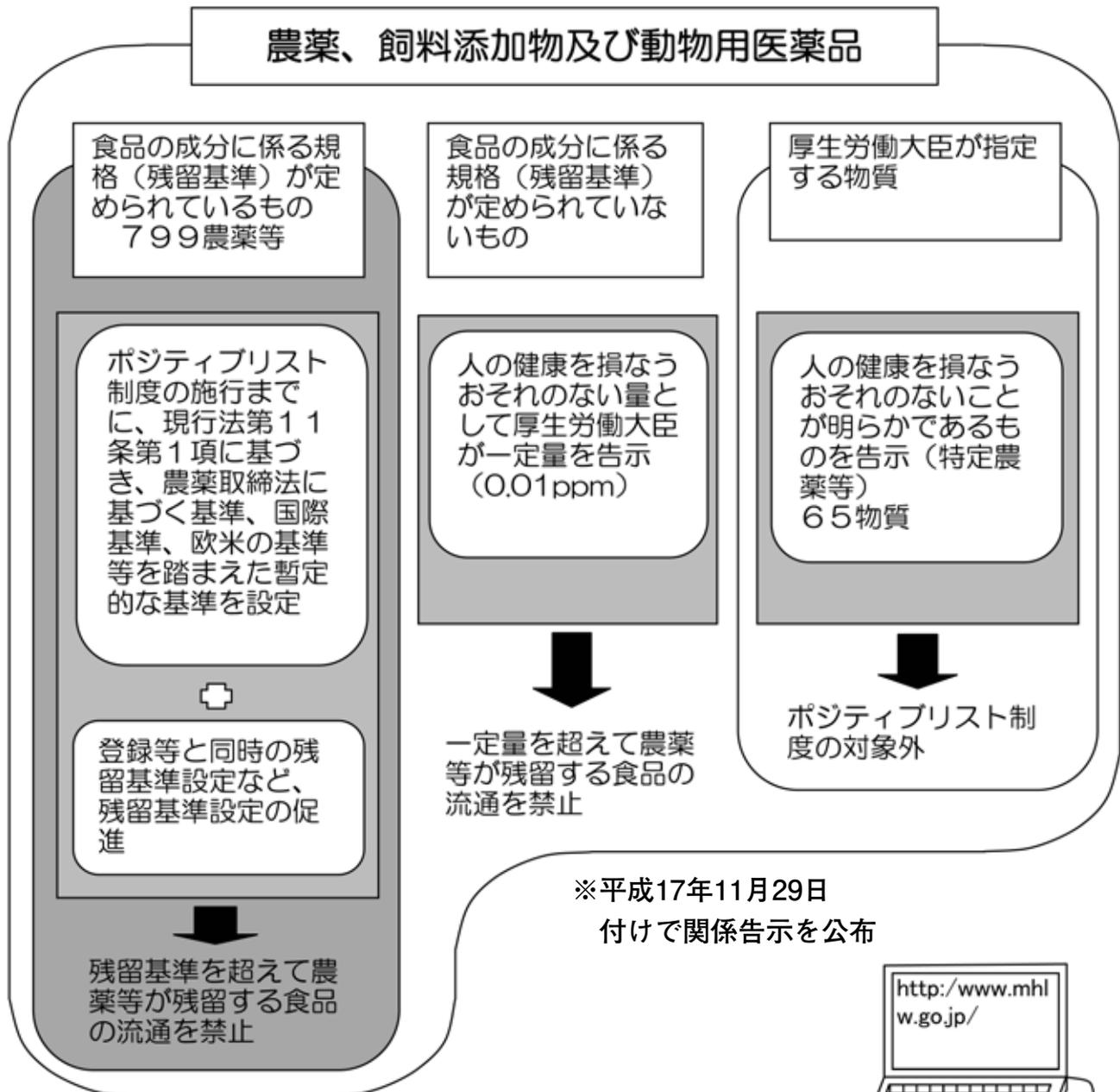


平成17年11月現在

なお、本制度は食品衛生法の一部を改正する法律の一部の施行期日を定める政令（平成17年

政令第345号）により、平成18年5月29日から施行します。

【 ポジティブリスト制度への移行後 】



(参考)

食品中の残留する農薬等の基準に係るポジティブリスト制度に関する法令・通知等については、厚生労働省のHP内（次のURL）に詳細な情報を掲載しています。

<http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/zanryu2/index.html>

生活衛生関係営業の景気動向等調査概要

国民生活金融公庫 生活衛生企画部 調査課 奥川 智之

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、生活衛生関係営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18年1～3月期の調査結果の中から一部をご紹介します。

～季節的足踏み感はあるものの引き続き改善傾向にある生活衛生関係営業の景況～

今期の「売上」「採算」「業況」の各DI (DI=「増加・黒字・好転」企業割合—「減少・赤字・悪化」企業割合)は、それぞれ▲35.0 (前期比7.0ポイント低下)、▲17.6 (同9.3ポイント低下)、▲40.9 (同19.6ポイント低下)となりました。1～3月期は、例年低下すること、来期見通しでは「売上」「業況」の各DIが、大きく上昇していることから、基調は前期と変わらず季節変動による改善傾向の足踏みとみられます。したがって、生活衛生関係営業の景況は、季節的足踏み感があるものの引き続き改善傾向にあるとみられます。

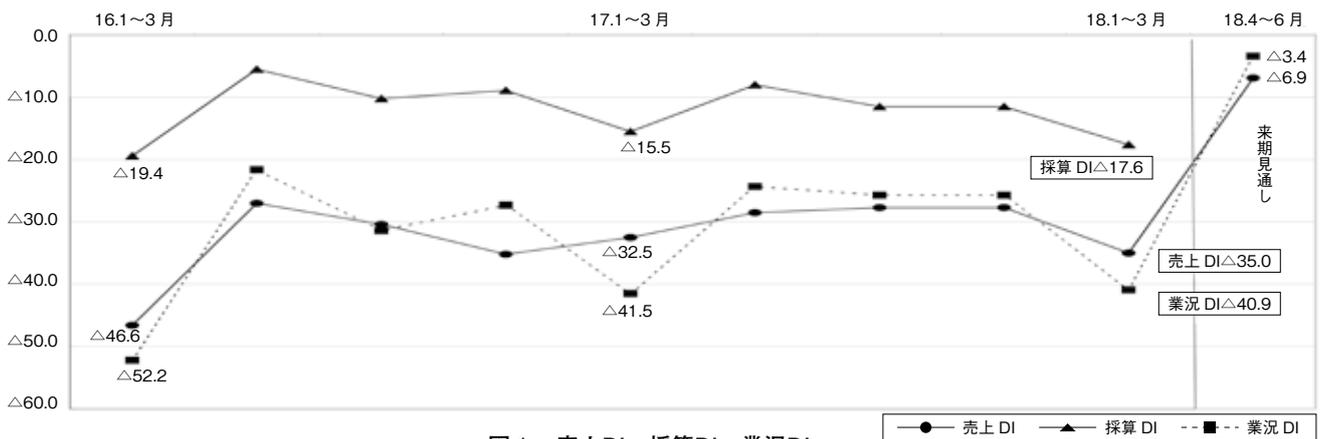
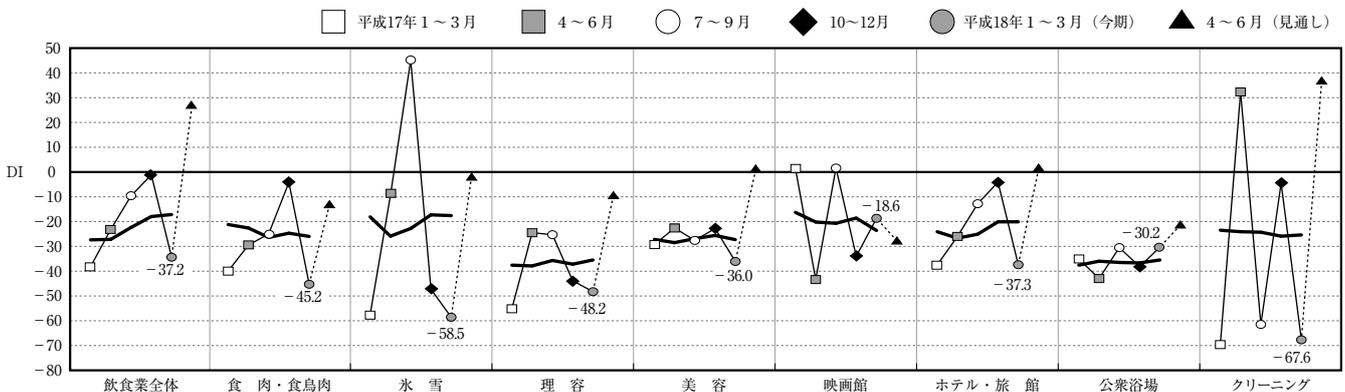


図1 売上DI、採算DI、業況DI

業況DIを業種別にみると、「食肉・食鳥肉販売業」「冰雪販売業」「理容業」「美容業」「ホテル・旅館業」「クリーニング業」「飲食業」で、前期に比べ低下しました。特に、「食肉・食鳥肉販売業」「冰雪販売業」「ホテル・旅館業」「クリーニング業」「飲食業」では、売上、採算の各DIも低下しました。来期は、「映画館」を除く各業種で、DIが急上昇しています。



(注) 1. 数値は今期の値である。
2. 太線は4期間移動平均の推移である。

図2 業種別業況DIの推移

利用客数DI (DI=前年同期比で利用客数が「増加」企業割合-「減少」企業割合)は、▲38.0と前期に比べて4.4ポイント低下し、5期ぶりの低下となりました。

また、客単価DI (DI=前年同期比で客単価が「上昇」企業割合-「低下」企業割合)も▲23.8と、前期と比べて1.3ポイント低下し、利用客数DI同様5期ぶりの低下となりました。

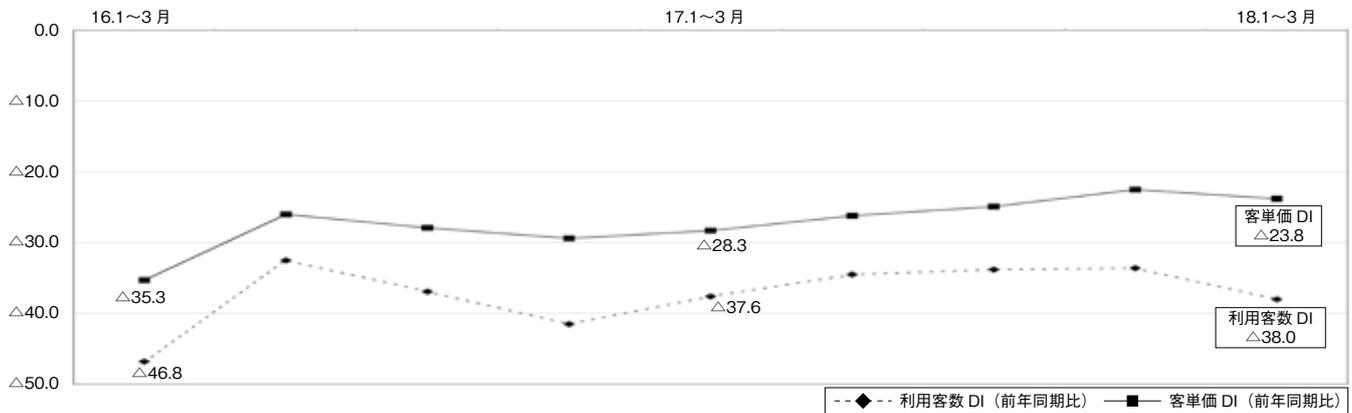


図3 利用客数DI、客単価DIの推移

設備投資状況～引き続き若干の動きが見える生活衛生関係営業の設備投資～

今期に設備投資を行った企業の割合は11.3% (前年同期2.5ポイント上昇)となり、4期連続で前年同期を上回りました。例年1~3月期は低下しますが、1~3月期としては、この5年間で最高の平成16年の11.4%に次ぐ高い水準となっています。低水準が続いていた生活衛生関係営業の設備投資に、前期に引き続き若干の動きが見られます。

業種別にみると、「冰雪販売業」「公衆浴場業」「クリーニング業」を除く各業種で前年同期を上回りました。特に「ホテル・旅館業」(前年同期比12.0ポイント上昇)、「美容業」(同5.2ポイント上昇)で大きく上回っています。

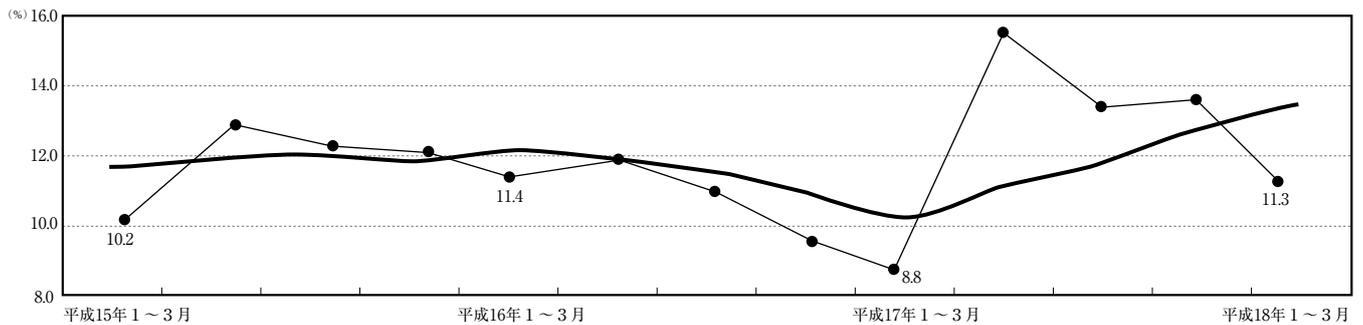


図4 設備投資実施割合の推移

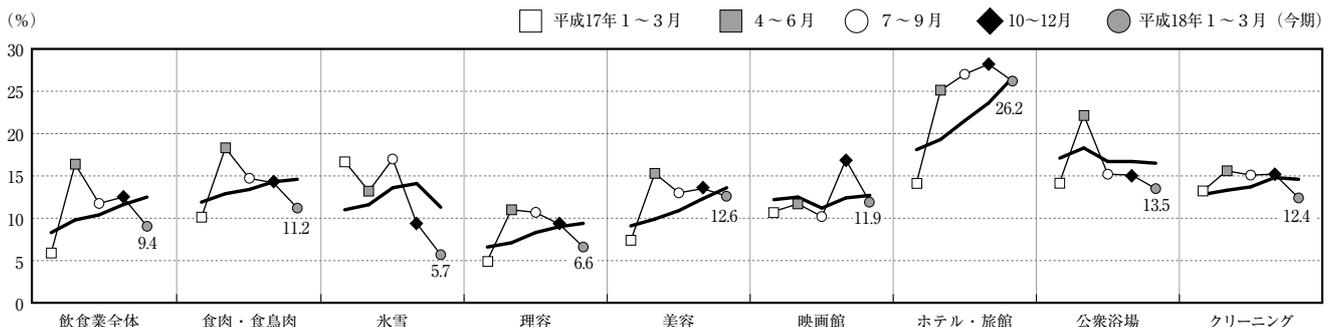


図5 業種別設備投資実施企業割合の推移

消費生活条例を活用してすみやすいまちづくりを!

<社団法人全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 吉田万喜子>

【条例とは】

地方自治体は憲法や地方自治法により、法令に違反しない範囲内で条例を制定することができます。おなじみのクリーニング業法施行条例や旅館業法施行条例などは業法を補完する意味合いが強いのですが、住民の生活を守るために、地域の特性に応じて個性の強い条例も各種あります。

歩きたばこを禁止する環境条例は喫煙家から論議を呼びましたが、東京都千代田区を皮切りに全国的に波及しました。青少年を保護育成する条例では大阪府がカラオケ店への青少年の立入を保護者同伴でも夜10時までに規制したので話題になりました。

さて、消費生活の分野では、全国の都道府県（長野県だけは要綱扱いですが）や多くの地方自治体で消費生活条例が制定されています。1970年代に次々と制定はされたものの、法整備が進んだこともあり、使うためと言うよりは形式的な横並びの条例が増えていました。しかし、近年は事業者指導などに活用されることが増え、特に2004年の消費者基本法公布（消費者保護基本法の大改正）の後、各地で条例が改正されるとともにその活用が期待されています。

【消費生活条例の特徴】

消費生活条例の多くは次のような内容を軸としています。

- ①消費者の権利
- ②事業者や事業者団体の責務、行政の責務、消費者の役割
- ③危害の防止や安全の確保
- ④表示や包装、計量の適正化
- ⑤不当な取引行為の規制
- ⑥生活物資価格高騰の規制
- ⑦苦情処理体制（消費生活センターや苦情処理委員会）の整備
- ⑧訴訟援助
- ⑨被害拡大防止のための危険商品や悪質事業者名等情報提供
- ⑩知事や市長への申し出権
- ⑪消費者教育の推進・啓発
- ⑫違反行為に対する調査や行政指導、公表
- ⑬消費生活審議会などの設置

【消費者被害が起こったら】

悪質訪問販売などによる消費者被害が発生したら、まず消費生活センターなどに相談し、個別の被害救済をはかります。解決が困難な場合には苦情処理委員会で弁護士や学識経験者などを含む複数委員によるあっせん・調停を受けることができます。あっせん不調の場合訴訟援助もできます。特に問題のある商法の場合にはその手口を紹介したり、問題の事業者名も含めて情報提供することで被害の拡大を防ぎ未然防止を図ります。

東京都は積極的にあっせんや訴訟援助、事業者指導を行いWEBサイトにも公表していますので、全国的に参考になります。

【不当な取引行為の例示】

豊田商事事件が起こった1980年代に、不当な取引行為を類型化して明確に禁止するようになりました。最近では判断力のなくなった高齢者に、高額住宅リフォーム工事を次々契約させるような悪質訪問販売事件が問題化し、より細かい類型化が進んでいます。条例で大枠を禁止し、告示や規則などで具体的な行為を明示するので、事業者も規制内容がはっきりわかるし、行政指導するための判断基準にもなります。東京都は46類型、大阪府が35類型、兵庫県では56類型が列挙されています。どのような場面に活用できるでしょうか。

休みの日に訪問販売が何度も来て時間を取られ迷惑だ。

断ればよいとか、契約してもクーリングオフできるなどの問題ではなく、そもそも、インターホンに対応することも煩わしい、訪問販売の声を聞きたくもないと思っている人も多いようです。勧誘には来てほしくないとき、どうすれ

消費生活相談の現場から

ばよいのでしょうか。招かれざる客（不招請勧誘）を禁止できないのでしょうか。

拒絶する気持ちを表示した人に、勧誘すること自体を禁止した条例があります。大阪府の消費者保護条例逐条解説によりまずと、訪問者から見える場所に「訪問販売お断り」と明示したステッカーを貼ってある場合などは拒絶の意思の表明になるようです。

この規制を受けて、ステッカーを自治会で配布しているところが出てきました。1軒だけステッカーを貼ったら、「あの家は、気が弱くて断りにくい住民だ」と想像され、逆に訪問販売のターゲットになる可能性があります。地域ぐるみで同じステッカーを貼ったら、外部からの不審な訪問販売事業者を閉め出すことができるのでしょうか。

参考・大阪府消費者保護条例16条1号規則5条別表1（ト）

拒絶の意思を表明している消費者に対し勧誘し、又は早朝若しくは深夜に訪問し、若しくは電話をかける等の迷惑を覚えさせるような方法で、消費者の住居、勤務先その他の場所を訪問し、又は当該場所に電話をかける等により契約の締結を勧誘する行為

このままでは地震が来たら家が壊れるかもしれない、と家中の写真をとりながらリフォーム工事の説明をされた。工法などよく分からず、聞いているだけで疲れた。

日常生活に関する判断力があっても、普段考えたこともないような高額リフォームの話などは一人で判断しにくいものです。どうしても業者のペースに巻き込まれがちです。ましてや高齢者になると、断る気力もなくなってきて契約することも多いようです。

参考・大阪府消費者保護条例16条1号規則5条別表1（ル）

消費者が理解するための十分な説明をしない等の消費者の知識、経験若しくは判断能力の不足に乗じる方法又は高齢者等の気力若しくは身体機能の低下等に乗じる方法で契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

一人暮らしだと何かと心配だからと緊急通報システムをすすめられ契約した後、火災報知器、防犯装置など次々勧められた。

悪質事業者は、「カモ」になりそうな消費者をみつけると次々と商品売りつけることがあります。最初に預金通帳を確

認する業者もいます。

参考・名古屋市消費生活条例16条1項1号告示1（20）

（次々販売による不適切な勧誘）消費者の意に反して、同一の消費者に対し商品又はサービスを次々と続けて販売したり、あるいは更新させるために契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

子どもがまだ小学4年生なのに、中学卒業までの教材を勧められ、子どもがやりたいというので断れなかった。

6年間分の学習教材が大量に届いたので、子どもは勉強意欲をなくしてしまうこともあるし、クラブ活動で忙しくなったり転居したりと事情は変わるものです。

参考・名古屋市消費生活条例16条1項2号告示2（3）（不当な過量販売・長期契約）消費者が当面必要としない不当に過大な量の商品又はサービス、又は不当に長期にわたって供給される商品又はサービスの購入を内容とする契約を締結させる行為

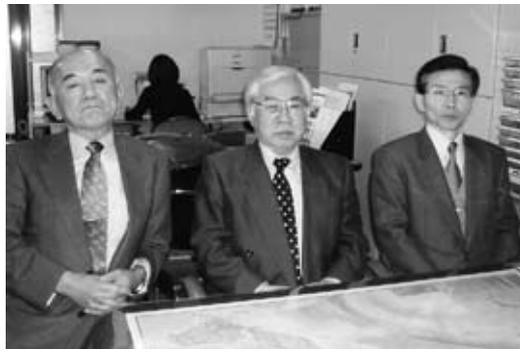
条例は住民の、住民による、住民のためのものです。意見が反映されやすい身近な条例を活用してみんなが安心して住める街づくりに活用しましょう。

長崎県生活衛生営業指導センター

長崎市万才町10-16
パーキングビル川上3階
理事長 徳永 清隆氏
事務局長 永田 宣光氏
職員数 4人
(うち経営指導員3人)
電話 095-824-6329
URL <http://www.seiei.or.jp/nagasaki/>



徳永 清隆・理事長



永田宣光事務局長(中央)と下野廣隆(左)、藤井一男(右)の両経営指導員

日本の最西端に位置し鎖国時代にも唯一の貿易港として栄えた長崎県は、今もエキゾチックなまち並みを残し、雲仙、九十九島など自然にも恵まれた観光県である。しかし平成不況の長いトンネルの中で生衛業は苦戦が続き、組合員数も大幅に減らしてきた。このため長崎県生活衛生営業指導センター(以下、指導センターと表記)は組合員研修、融資・経営相談など基本的活動の充実で組織防衛を図る一方、4月から始まった「長崎さるく博'06」を追い風にして反転攻勢を目指している。

■地方都市の景気回復はまだ

「最近、不況脱出や好調な企業決算の話が伝えられますが、あれは大都市と大企業の話。中央から遠い長崎にまだその実感はありません。ましてわれわれの業界は小規模零細企業、大変苦しい状況にあります」。

県庁に近く長崎地方裁判所の隣という官公庁街にあるパーキング川上ビル3階の指導センターを訪ねると、冒頭から永田

宣光事務局長(兼経営指導員)の厳しい言葉が返ってきた。

長崎県生活衛生同業組合協議会に所属する組合は、①旅館ホテル②理容③美容業④クリーニング⑤興行⑥公衆浴場⑦食肉⑧料飲業⑨氷雪販売業⑩鮭商⑪社交飲食業⑫料理業の12業種。4月1日現在の組合員数は5,469人だが、ここ10年で約3割減少したというのだ。

このため徳永清隆理事長も、「いま指導センターの最も大切な役目は組合員の獲得」とハッパをかけ、非組合員に対しては組合加入のメリットを売りにした加入勧誘、組合員向けには研修・講習の充実による生衛業の改善強化を働きかけている。

■組合員拡大にあの手この手

《経営・融資・税務相談》新規組合員獲得の決め手は、何といても組合加入の特典の売り込み。

そこで指導センターは、国民生活金融公庫の低利・長期融資、経営・税務相談、標準営業約款

の登録制度、カラオケの音楽著作権料割引など、組合加入のメリットをPRするパンフレット「生活衛生同業組合 ご加入のおすすめ」を作成して、融資相談に訪れる事業者には組合加入を勧めている。

ところが指導センターが昨年度に受けつけた融資相談件数は155件、融資申し込み件数は64件。特に融資申し込みは6年前の平成11年度の99件に比べると65%の水準に落ちている。

指導センターはこれも景気低迷の影響とみており、今後景気回復が地方にも波及してくるのを期待しつつ、新規組合加入の有力なきっかけとなる相談業務の強化に取り組む考えだ。

《地区移動相談指導》一方、指導センターが各同業組合と協力して進める地区移動相談指導事業は、広く各地区の要求に応じられるよう年3回を目途に地区移動相談室を設けて窓口相談指導を行っている。

また長崎県は壱岐・対馬・五島など離島が多い事情に配慮し

観光地・長崎のアピールで活路開く

て巡回指導も積極的に実施、きめ細かい対応をしている。

《経営特別相談員研修》経営特別相談員研修会は、参加者の便宜を図るために県南の長崎市、県北の佐世保市の両会場に分けて毎年2回実施している。

昨年度の研修科目は、生活衛生改善貸付の審査・事後指導、生衛業の経営診断・税務対策（贈与税関係）などをテーマに、国民生活金融公庫長崎支店および佐世保支店の融資課長、中小企業診断士、税理士を講師に招き、好評を得た。

■研修受講拡大へ通信制導入

《クリーニング師研修会》また衛生法規や洗濯物の受け取りから引き渡しまでを研修した昨年度のクリーニング師研修およびクリーニング業務従事者講習は9月に佐世保市で開催。42名が参加して活発な質疑応答が交わされ盛り上がった。

ただ長崎県内は交通不便な地区が多く、昨年も受講率は組

合員181人の4分の1弱にとどまった。

このため昨年から新しい試みとして、通信制の「第2型研修・講習」を離島地域で導入した。今年度からは県内全域にも拡大することを目指しており、成果が注目されるどころだ。

■「長崎さるく博」を追い風に

長崎県は長期総合計画の後期計画に「ながさき夢・元気づくりプラン」を掲げ、今年度から「交流とにぎわい郷土づくり」を推進することになっている。

そして長崎市内ではこの4月からわが国初というまち歩き博覧会の「長崎さるく博'06」（4月1日～10月29日）が始まった。

「さるく」とは「ぶらぶら歩く」の意味の長崎弁。鎖国時代も海外に開かれ、独創的な町並みと文化を根付かせている長崎の魅力を再発見しようという一大観光キャンペーンだ。

永田事務局長によればキャン

ペーンのスタートとともに長崎観光客の数は増えたと手応えを感じており、各組合にとって活性化の起爆材になると期待している。

■長崎の特色を生かす新企画

こうした県・市あげ

での地域活性化と並行して、個別組合も長崎の特性や伝統を生かした独自の振興事業に取り組み、指導センターがこれを積極的にバックアップしている。

主な事業は、講習会・研修会、郷土料理・専門料理の開発研究、情報化整備事業、社会構造の変化への対応事業、食品安全安心啓発運動など。

その一つが、県・市が地域ブランド化を目指している本マグロ「トロの華」の売り出しだ。

昨年は対馬海流で3年かけて育てた30kg～50kgの「トロの華」1800本が出荷され、11月に開かれた試食会では鮭商組合が参画して「すしネタとしてNo.1のトロ」をアピールした。

また料理業組合も長崎伝統の食文化を継承しつつ県産の食材と酒を活用したしっぽく料理の創作に挑戦、秋に開かれた県主催の「食の体験フェスタ」で観光客にも披露した。

■広報では生衛便覧も発行

広報関係では年初発行の機関紙「生衛ながさき」のほか、前出の組合加入のすすめ、生衛便覧を発行している。便覧は関係機関一覧、融資制度の概要、センターの機能などを載せたちょっと便利な生衛ハンドブックだ。

また今後の広報事業はリサイクル社会構築への啓発を視野に入れている。



活発な質疑応答が交わされたクリーニング師研修・業務従事者講習

春まだ遠い雪国の彼岸



かつての藩主、戸沢氏を祀る戸沢神社

案の定、奥羽本線へ入って米沢駅にさしかかる頃、外は吹雪いて車窓の風景が一変し、しばらく立ち往生。山の雪はまだ深く、町の路肩にも雪がうず高く積まれたままだ。その天候も山形駅に近づくにつれて穏やかにになり、新庄に到着する頃には風

は止んでいたものでほっとした。新庄市は昔から豪雪地域だった。昭和の初期、地元出身の松岡俊造代議士が雪国の暮らしを豊かにしようと政策作りに寄与し、全国的な運動へと展開。その苦勞が実り、今では他地域との豊かさの格差も縮まったという。その松岡の運動を象徴するように、新庄市は「まつりと雪のふるさと」というキャッチフレーズを掲げている。しかし、雪国には「雪利」もある。北本町にある「さわら寿司」の大将は、「新庄には海はないけど、酒田から日本海のもの、岩手や仙台から太平洋のものが届くし、築地からも

新鮮なマグロがひと晩で届くからネタはいいよ」と、自慢の握りを出してくれた。その言葉どおりにネタはいい。それ以上にシヤリの美味しさに感動する。米のほかにも、地の農産物の旨さには脱帽だ。もう一つの名物「まつり」だが、地元の人たちはゴールデンウィーク中に最上公園で開かれる「新庄カド焼きまつり」から本格的な春の訪れを知るといふ。この日、地元では春告魚（カド）と呼ばれるニシンを焼いてそれを肴に桜の下で酒をくみ交わす。最上公園は、戊辰戦争で焼け落ちた新庄城の跡に、藩主であった戸沢氏を祀る戸沢神社、護国神社、天満宮を配した市民の憩いの場だ。訪れたときはまだ雪が多く、木々の芽吹きすら感じられなかったが、もうすぐ春の陽光に包まれて桜の蕾もふくらむだろう。日当たりのよい庭先に咲いた黄色い福寿草の花が春を予感させる。

この冬は全国各地で記録的な積雪を記録し、近年では珍しくニュースで「雪害」という言葉が頻繁に使われた。それでも、春の彼岸を迎えて東北にも春の兆しがみえるのではないかと山形県新庄市へと出かけた。

出発ぎりぎりまで仕事に追われ、ボーっとした頭で東京駅の新幹線ホームに立っていると、折返す車両が強風のために遅れているというアナウ

ぶらり旅・きまま旅〈7〉

旅行ジャーナリスト
佐々木 いつか



日当たりのよい庭先で見つけた福寿草の花

○月□日

近頃のオフィスビルの一角にできた、ブラジルのアマゾン産の果物を使ったジューススタンドをよく利用する。三十代の働く女性にとつて手軽にビタミンなどの栄養素を補給できる強い味方だ。

働く女性のこだわり日記

店頭に並ぶミキサーに入っているのは、見たこともない珍しいフルーツのジュース。濃い紫色のアサイはアメリカンチェリーに似た実だ。ポリフェノールとアミノ酸が豊富で、「パワー、集中力アップ、疲労回復、貧血対策」に効果的とか。カカオは、「ストレスを取り除き、ダイエットに効果的」だそう。ココアとは全く別の味だ。頼めば試飲もさせてくれる。納得の味に出会ったら、今日の一杯を手には会社に向か

う。

オフィスのある午後。同僚が今までの仕事の流れを変えたことで、上司の反感をかった。現場には歓迎される勇氣ある行動だったが、流れを逸脱したことが、「ちゃんと仕事していな



同僚誘い、一杯ひっかけに

評価になつてしまったのだ。彼女

には弁解する間がなく、顔は悔しさを訴えている。知恵や行動力のある女性社員は煙たがられる存在で、男性の顔をつぶしかねない行為は慎重さが大切だ。

仕事が終わると「いい店

知つてるけど、一杯ひっかけに行く？」と彼女を誘ってみた。お互いお酒が好きじゃないことは承知の上。「何かある」と察した彼女はすぐに帰り支度を始めた。二人で向かった先は、このジューススタンドだ。注文したジュースを手に奥の席に腰掛ける。

「全員に良く思われるなんて、無理なんだからいいじゃない」と話しながらゴクリと一口。「そうだよ」と返して、彼女もゴクリと喉を鳴らす。この光景は、一見するとただの「背中を丸めてジュースを飲む女」だが、よく考えれば、世界の裏側まで救いを求める大きな行為なのだ。

アマゾンのパワーで、心の傷口を無理やりふさぐことに集中する。酸味の効いた、なんとも濃厚な味わいだ。

(英字誌記者 高樹 かほ)

小さなクロスワードパズル

(模様付きの枠に入る文字を並べ替えて言葉を作りましょう)

ヒント：5・6月にちなんだ植物です

			2	3
	1			
4			5	
6		7		
			8	9
10				

【たてのかぎ】

- 「ロミオとジュリエット」は〇〇〇物語。
- 〇〇を飛ばす——気合いを入れます。
- 初夏の若葉の…。
- ペットの所有者。
- 〇〇〇無象。
- 〇〇も方便。

【よこのかぎ】

- 虞美人草とも呼ばれる可憐な花。
- 三人称単数の男性です。
- 雄弁は銀、沈黙は〇〇。
- 長く降り続く陰気な雨。
- 無償で提供すること。
- 〇〇〇〇〇不明、連絡がありません。

(答えは24ページに)

季節の うつろい

金刀比羅宮の「田植祭」
で苗を植える菘姿の巫女
さん（香川県琴平町で）



(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

株式会社ダイワサービス
〒550-0011 大阪市西区阿波座1-5-16 大和ビル

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4-45-9 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

♪ 今号23ページで新連載「働く女性のこだわり日記」がスタートした。筆者の高樹かほさんは、英字誌の女性ライターである。

情報産業で働く女性のアフター5が中心となるが、その内容は会社での喜びや不満と連動したものであり、本音のトークでもある。回を重ねるごとに、彼女の“素性”も明らかにされる。彼女たちの「仲間うち」で交わされ、なかなか表に出てこない「本音トーク」が聞けるはずである。ご期待ください。(井)

(答え=レンゲソウ)

生衛ジャーナル

5月号 平成18年5月発行 通巻365号 定価420円(本体価格400円)

■編集・発行 財団法人 全国生活衛生営業指導センター 編集長 小宮山 健彦 編集主幹 萩原 壽
〒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。