

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

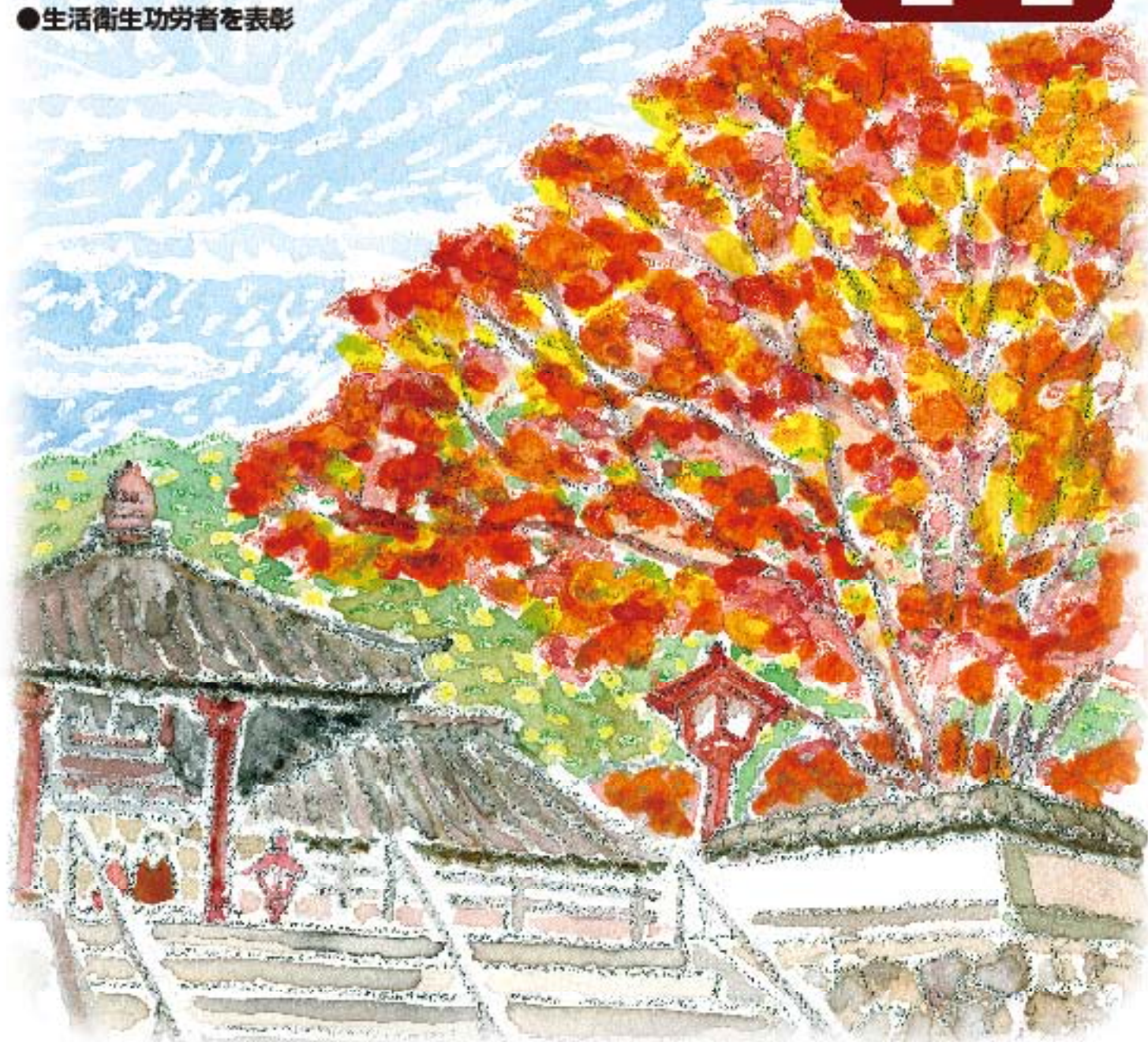
年間テーマ

## 「広げよう 元気の輪、地域の輪」

- 特集「やさしい気遣い」
- 秋の叙熱・褒章受章者一覧／受章の喜び
- 生活衛生功労者を表彰

2006

11



## C O N T E N T S

|                   |       |
|-------------------|-------|
| 巻頭言               | 1     |
| 特集 「やさしい気遣い」      |       |
| 総論                | 2     |
| お店探訪              | 3～9   |
| センターにゆうす          |       |
| 秋の叙勲・褒章受章者一覧      | 10    |
| 受賞の喜び             | 11    |
| 生活衛生功労者を表彰        | 12    |
| 特相員だより            | 13    |
| 厚生労働省から           | 14～15 |
| 景気動向調査            | 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          |       |
| 連載「ぶらり旅・きまま旅」〈10〉 | 22    |
| 働く女性のこだわり日記       | 23    |
| 編集室から             | 24    |



京都 善峰寺 釈迦堂前  
表紙画「バント末吉」

### 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

## 時代に合わせた PRの考え方



東京都の公衆浴場利用促進事業としてPR誌の編集制作を手がけて14年目になる。銭湯を利用してくれる可能性のある人ならすべてがターゲットという雑誌だから、年齢とか性別でテーマを絞りにくいという難しさを除けば、楽しい仕事である。

家庭風呂という「日常」と温泉場という「非日常」の中間に位置する銭湯は、一言でいうと「わかる人にはわかる」世界であり、逆にいうと「わからない人には、いくらいってもわからない」世界である。ただ、「わかる」ことに気付いていない人がこの世には圧倒的に多いから、気付いていない人たちに「わからせる」ことがこのPR誌の編集ポイントである。それを外さなければ多様な企画を実現できるから楽しい仕事なのである。

ただ、浴場業界は高齢化している利用者を若返らせたいと考えている。その効果をこのPR誌に要求する。当然の要求であるが、雑誌が若い世代に渡るチャンスが少ないために、効果は顕著に上がりにくいという現実がある。

ところで、この14年間で情報伝達の方法に革命的变化が起きた。いうまでもなく、インターネットという電子的な情報伝達の急激な普及である。

活字と電波に割って入ってきたかに見える新しい媒体だが、本質は文字と映像と音声、つまり広義の言葉による情報伝達だから、印刷物やテレビ、ラジオを融合したものには過ぎない。それらと異なるところは、情報の受け手が同時に発信者となれること、そのコミュニケーション速度が速いこと、情報のやり取りに関する時間

の制約があまりないこと、などだろう。だから、印刷物も電波媒体も自身をよりよく活かすために、この新しい電子媒体を利用することができる。そして、うまく利用したものが勝利者となる。

銭湯のPR誌も、まだ十分とはいえないが電子媒体を融合させつつある。雑誌でアンケートを行い、メールで読者から回答を得る、雑誌では伝えきれない内容をホームページで補足する、などである。

いうまでもなく、電子媒体を日常よく活用するのは若い世代である。何かの拍子で「わかる」ことに気付かなかった人の検索に銭湯の情報が引っかかり、ホームページに入ってくることもある。より多く“引っ掛ける”仕掛けの一つがブログだ。

こんなことがあった。

PR誌の人気コラムに「風呂屋のオヤジのフロント日記」という連載がある。雑誌は隔月刊、筆者の風呂屋のオヤジはほぼ毎日日記を書いているから、読者の目に触れる日記は作品の60分の1である。そこで、「風呂屋のオヤジの番台ブログ」をホームページにアップしたところ、当初は300くらいのアクセスだったのが、半年後には倍増した。新聞などで取り上げられると、このアクセスはさらに5倍もアップする。ブログの閲覧者はPR誌の存在に気付き、さらに銭湯に気付くことにもなる。

回り道だが、これが現代風のPRかもしれない。図らずも結果として若い銭湯利用者が増えるのであれば、こんなに楽しいことはない。



# 特集 やさしい気遣い

## 心の余裕と温かみが生み出す 気遣い浸透は経営者の哲学次第 その意欲が地域貢献にも効果

日本大学経済学部講師 池田 光男

北海道に初のプロ野球日本一の栄冠をもたらした日本ハム。札幌ドーム内の優勝パレード後、思わぬ光景が目に見え込んできた。ヒルマン監督が内野を整備していたグラウンドキーパーに歩み寄り、監督自らが握手の手を差し伸べ、感謝の気持ちを伝えている姿である。

地味な仕事を黙々とこなす縁の下の力持ちにもやさしい気遣いを優勝の興奮冷めやらぬ時に、冷静に発揮することこそ“シンジラレナイ”である。そこには、監督として、また人間としての心の余裕と温かみが感じられる。

北海道移転3年目にして日本一の栄冠は、ファン、裏方さんまで「リスペクト（尊敬）」する同監督の信念が、早期に地域密着を促進し、しかも北の大地の住民に喜びを与えた。若年で選手を断念、監督を1Aから3Aまで地道に歩み続けた苦勞により生み出された人生観のなせる技といえよう。

経営者にとっても、「長い経営の経験から築きあげた人生観」、つまり経営哲学が、心の余裕を生み出し、どの顧客にも平等に温かみのある対応を可能にする源となる。これは今号のテーマである「やさしい気遣い」を醸成するうえで重要視される。

盛岡そば処「東家駅前店」の店長は、3代目社長の「共に生きる福祉のまちづくり」に共鳴し、「障害者が来やすい店づくり」を長い間志向、多くの対応策を打ち出している。また、店を利用しなくても無料でトイレが使える運

動は、観光客や買い物客にとっては救いの神であり、地域の魅了を増すのに効果的である。

銭湯「なみのゆ」は、高齢化社会を見据えた本格的な水中歩行用プールの設置や、リハビリ技法による整体を取り入れたりして「地域の健康センター」の構想により、地域に不可欠なサービスの提供を目指している。

美容サービス院「シャレ・トン」は「宅児所」ならぬ「宅老所」を開設。美容院経営のかたわら地域と触れ合う中で高齢社会の福祉を考え、長く温めてきた夢を実現している。

これらの3事例は、高齢者等向けに施設を完備すると同時に、心の余裕と温かみのある「やさしい気遣い」により、どの顧客にも平等に対応できる店づくりを行っている。さらにもう一歩前進して地域の福祉についても、何が出来るとかという社会貢献の強い意識を持って行動している。

これも経営者の人生観に裏打ちされた「やさしい気遣い」の表れである。

高齢者、障害者が来店しやすい店づくり



心の余裕と温かみで、どの顧客にも平等に対応



やさしい気遣いの街づくりにも意欲

# 手話で「いらっしやい」

## 盛岡そば処「東家駅前店」<sup>あずまや</sup>

住所：岩手県盛岡市盛岡駅前通8-11 店長：小田中 由美子さん 電話：019・622・2233

営業時間：11：00～20：00 定休日：なし

URL：<http://www.wankosoba-azumaya.co.jp/>



### お店探訪

手話での接客、点字メニュー、車イスでも使えるトイレ…。岩手県盛岡市のそばチェーン店「東家」(本店・中ノ橋通り)は、「障害者に優しい店」として関係者に知られている。チェーン店(5店)の先頭に立って「障害者が来やすい店づくり」に情熱を注いでいるのが、JR盛岡駅前の「東家駅前店」の小田中由美子店長だ。小田中の発案で駅前商店街を中心に1昨年春スタートした通行人に「店のトイレご利用を」と呼び掛ける「きらら化粧室」設置運動も次第に市内全域に広がってきた。(文中、敬称略)

「東家」は、明治40年創業のわんこそばで有名なそば料理店の老舗。

わんこそばは、作務衣姿のお給仕さんがお椀

に小分けしたそばを持ち歩き、「それ、もう一杯」、「ほら、じゃんじゃん」などの掛け声とともに、お客の持つ元椀に、食べた後から後からどんどん入れていき、お客が元椀にふたをして「参った」、「もう、結構」とギブアップ宣言するまで、腹いっぱい食べてもらおうという、いわば「お椀の中にもてなしの心」が込められている岩手県独特のそば料理。ちなみにお椀15杯分がかけそば1杯分。男性が食べる杯数は平均で50杯、女性は30杯ぐらいとか。

小田中が「障害者が来やすい店づくり」を志したのは、東家三代目社長だった故馬場勝彦の影響が大きい。馬場は大学生時代から障害者福祉活動に身を投じ、「共に生きる福祉のまちづくり」を生涯の命題としていたが、還暦後、病に倒れ、平成16年12月永眠した。享年62歳だった。



朝礼後、手話の練習をする従業員たち。(右端が小田中店長、左端は指導役のベテラン従業員)

本店はじめ他のチェーン店の定休日は店によって違うが、駅前店だけは年中無休。営業時間は午前11時から午後8時までと同じだが、昼食後の休憩時間等は設けていない。従業員（現在10人、ほかにパート2人、アルバイト20人）にとっては、かなりきつい勤務体制だが「フリーのお客様が来てくれて、休みだったり、準備中だったりしたら、がっかりするし、店の信用も落ちるでしょ」とは小田中の弁だ。

小田中が点字メニューや手話での接客を始めたのは、10数年ほど前から。盛岡市内のある店

で点字メニューを見せられ「うちの店でも使いたい」といったところ、居合わせた点訳のボランティア団体「あいあい」のメンバーが「じゃ、作ってあげますよ」。

最初に作ったのは、点字だけの一般メニュー。だが、これでは、文字がないので「何が書かれているのか、自分（従業員）たちにも分からない」。そこで、小田中は目の不自由な常連客や点訳関係者らの協力を求め、点字の勉強を始めるとともに、文字と点字を併用した「わんこそばの由来」、「南部そば会席のお献立」（来店者へのお土産用）、通常使用の写



盛岡駅前通りのビル2階に店を構える盛岡そば処「東家駅前店」



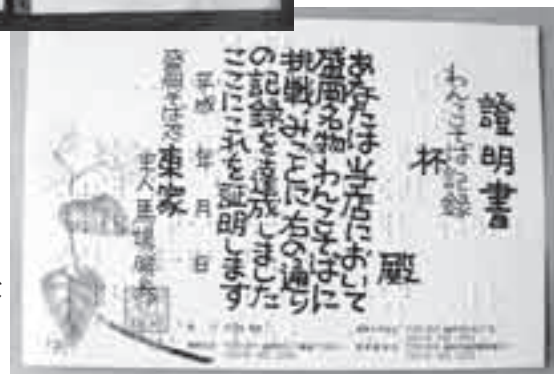
わんこそばを食べる3人連れの首都圏からの観光客



「トイレどうぞ」の標識を胸に抱える小田中さん



来客へのお土産用点字メニュー説明書



わんこそばを食べた杯数を記録する点字証明書

真やイラスト入りメニュー表などを次々に作り上げた。目の不自由な人たちに特に好評なのが「わんこそば記録の点字証明書」。だれが、いつ、何杯食べたかを証明するものだが、杯数、名前、年月日の空白部分には、点字が得意の従業員らが記録してから手渡す。

耳の不自由な人向けの接客用手話は、「いらっしゃいませ」、「(食べるのは) 何にしますか」、「また、どうぞ」の三つを覚えることから始めた。毎朝午前10時半からの朝礼時に、その日の出勤従業員全員で手話を練習する。おかげで、駅前店では小田中はじめ、ほとんどの従業員が手話でかなり複雑な日常会話までこなせるようになった。

車イスでも使えるトイレは、実際に車イスを使用している障害者の協力で、2階店内の男性用トイレの一角を改造した。「格安(16万円)でできたんですよ。ほかのお店にも薦めたいくらい」と小田中。2階への階段手すりやエレベーター前には点字案内板も取り付けた。

小田中が現在取り組んでいるのが、店を利用しなくても無料でトイレを使える「きらら化粧室」設置運動。公共トイレが少ない盛岡で、観光客や外国人、高齢者や子供連れらに、トイレ

を気にせずに商店街の散策を楽しんでもらうことも、魅力的なまちづくりにつながる、という思いからだった。

協力店(現在20店弱)の目印には、店前の街路灯などに知的障害者の更生施設「県立みたけの園」の人たちが描いたガラス絵の表示板を取り付ける。トイレを示すマークの下には「どうぞご利用下さい」というメッセージが日本語、英語、中国語、韓国語で書かれている。「きらら」は、県庁、市役所など諸官庁の近くで鮭の遡上が見られる中津川はじめ市内中心街を流れる三つの河川の「川面がきららと光る」や「商店街がきららと輝く」、障害を持った人たちの絵画や工芸などの総称「きららアート」にちなんで名付けた。

馬場勝彦の遺志は、小田中ら多くの仲間にしかりと受け継がれ、育っている。



車イス利用者用に改造した店内のトイレ

# 銭湯で歩行リハビリ

## 株式会社 並乃湯（通称「なみのゆ」）

住所：東京都杉並区高円寺北3-29-2 経営者：大小島 <sup>おおこじま</sup> 博さん 電話：03・3337・1861  
従業員数：3名（他にパート8名） 営業時間：月・火・木・金・日 15：00～25：30  
水 18：00～25：30 日曜朝湯 8：00～12：00 定休日：土曜日 URL：<http://naminoyu.com/>

### お店探訪

都内で珍しい本格的な水中歩行用プールを備えた銭湯が高円寺の「なみのゆ」。疲労回復、運動不足、そして本格的なリハビリに効果的で、地域の人の健康管理に大きな貢献をしている。水中歩行教室ではPNFコンディショナー・柔道整復師で店主の子息・聖志の専門的指導も受けられる。（文中、敬称略）



水中歩行用プールで行われる水中歩行教室

「100年後の銭湯を目指す」をキャッチフレーズに、次から次へと銭湯の未来を積極的に打ち出しているのは高円寺で古くから銭湯を経営する大小島博。

待ち合いロビーにはブロードバンド対応のパソコンが2台（30分100円～）、駄菓子コーナー、そして佐渡の親戚から取り寄せた無農薬米で作ったおむすびが1個110円で売られている。これはスタッフが別会社を作り、製造・販売を手がける。

「なみのゆ」ではシャワー、カラン、浴槽そしてプールのお湯まで天然ミネラルが豊富な地下水が使用されている。これは大小島家が古くから使っている井戸水で、水質検査もきちんと適合したものだ。アトピーが改善した客もいるという。

そして浴室にある縦4.5メートル、横2.5メートル、深さ1メートルの水中歩行プールには1

日約10名が使用する。水中歩行教室には週平均5名が参加する。水温は34度で、歩行中の上半身を冷やすことなく、心地よい汗が出る。

「なみのゆ」の二階ではPNFコンディショニングという整体を受けることができる。PNFは日本語では「固有受容性神経筋促進法」というが、運動系の神経の動きを促進させる技法である。アメリカで開発された神経麻痺のリハビリ療法だ。

こうした工夫は“地域の健康センター”構想に結びつく。

「400年続く銭湯業が今衰退しているのは、地域の需要を汲み取らなかったから。地域に絶対不可欠なサービスを提供し続けなければいけない」と大小島は語る。

高齢者や障害者への優しさもその一つ。「な



「なみのゆ」2階で行われるPNFコンディショニング

「なみのゆ」では80歳のスタッフ、そして障害者も雇用している。障害者たちは努力して風呂掃除を習得し、今では立派なスタッフとしてその役割を果たしている。

「障害者対策は、お金を出すだけでは不十分です。彼らが働く場を提供することが必要」と店主は言う。高齢者や障害者と日頃から関わりを持ち、彼らを必要とすることで、社会参加してもらえるのだ。

「なみのゆ」の活動は浴場の枠組みにとられない。「なみのゆ」の場所を利用してアイデアを駆使したイベントが開かれる。その一つが「知恵の朝市」。モノを売るのはなく、高齢者が知恵を提供する場として毎月第四日曜日に開催される。包丁研ぎ、瀬戸物や自転車

の修繕など、眠っていた貴重な知恵が生かされる。そうしたイベント開催は、「なみのゆ」が地域活性化の拠点になっている証<sup>あかし</sup>でもある。

大小島は、「銭湯をノスタルジーで語ることには興味がありません。むしろ今のことで精一杯。時間がほしい、まだまだやりたいことがたくさんあります」と言う。

「なみのゆ」のこうした活動を盛り上げているのはそのお客様たちだ。客が自主的にフォークソング調のテーマソングを作り、店内に流される。

春になると「なみのゆ」の煙突には30本ものこいのぼりが流れる。電車の窓からも見えるほどで、高円寺の名物になった。マスコミにも取り上げられると、次々と使わなくなったこいのぼりが市民から提供され、それを「なみのゆ」のスタッフが揚げる。

街の人からは、「これだけはやめてほしくない」という声が聞かれる。そして、近所の子供が小さな弟に、「こいのぼりが見えたら道を曲がるのよ」などと言って聞かせるほど街のシンボルになっている。

「こいのぼりだけは不思議と誰も文句を言わない」と大小島は言う。このこいのぼりこそ「なみのゆ」の精神を象徴していると店主は語る。そこにはいつになっても、地域の人に受け入れられることを大切にする優しい経営があった。



(左から) 店主の大小島博さん、スタッフの山田芳江さん、子息の大小島聖志さん、手前は、スタッフの菅ノ又カチコさん



シーズンがくると街の風物詩として定着している、煙突にひるがえる30本のこいのぼり

# 美容院が「宅老所」併設

## 美容院「シャレ・トン」

住所：大分県佐伯市木立5552-2 経営者：児玉 美佐江さん 電話：0972・28・3246

営業時間：8：30～18：30 定休日：月曜日・第3日曜日

### お店探訪

少子高齢化の影響が社会の隅々まで浸透し、いまや生活衛生営業関連の商戦も「高齢社会」抜きには語れない時代。しかし高齢化が先行する過疎地域でそうした商戦とは距離を置きながら、実はしっかり地域の高齢社会に密着した営業を展開、美容サービス付き介護福祉施設まで開設した美容院があると聞き、大分県佐伯市の美容院「シャレ・トン」を訪ねてみた。(文中、敬称略)

同市は昨年3月に周辺5町3村と大合併して宮崎県境まで拡大。人口は8万3000人と少ないが、市域面積が903km<sup>2</sup>と九州最大になった市だ。豊後水道に面するリアス式海岸の浦々は伊勢えびなどの海の幸の宝庫として知られ、観光客の人気の高い民宿も多い。

「シャレ・トン」はJR佐伯駅周辺の市街地から南東に車で15分ほどのところにあった。辺

りは県道と並行して清流が流れている。両側は山林と農地で沿道の民家もまばらだ。自然の美しさ、過疎化に思いを巡らせていると、「ここです」とタクシーが止まった。

玄関前に立って圧倒された。老舗の和風レストランを思わせる荘重な外観。堂々たるヒノキ造りの車寄せ。

実はこの建物の主要部分は、児玉が9月にオープンした宅老所「はるの杜 すずかけ」(会社名・「有ハートマザー CHIE」)だった。美容院は道路に近い一角に納まっていた。

「すずかけ」開設は時流に乗った思いつき事業ではなく、児玉が美容業のかたわら肉親や地域とふれあう中で高齢社会の福祉を考え、長く温めてきた構想と夢を形にしたものである。

児玉は25歳から美容学校に通った。「24歳までに子どもは3人生まれたし、何か家でできることを」と考えたのがきっかけという。

平成元年に自宅の敷地に開業した。屋号



「すずかけ」の談話室で会話などの機能訓練をする長女で看護師の朋巳さん



入居者に読み聞かせする二女で介護福祉士の和巳さん



「きれいにすると、お年寄りの表情が耀いてくる」と入居者にヘアカット・サービス



「シャレ・トン」の経営者・  
児玉美佐江さん

「シャレ・トン」は、「シャレてるね」の地元訛り「シャレとんね」から付けた。お客は地域住民。多くは50歳以上で1日3人ほど。冠婚葬祭があれば4、5人というペースで続けてきた。

美容業はどこも第一のターゲットに若い女性を考える。しかし児玉は敢えてPRせず、来てくれるお客を大切にする自分流に徹した。

「若い人は繁華街の店に行ってるようですが、いろいろな店や選び方があっていいと思います。お客様の層は地域で違うので、高齢者の方が多ければそれに合わせて運営する。それが地域のニーズに応えることになります」。地域に溶け込んだ自然体の営業方針なのである。

「150人くらいかな」という常連のお客とは親密な関係を築いている。カットの後に「郵便局に行きたい」といわれれば車で送る。店まで歩いて来られないお客は送り迎えし、独り暮らしのお年寄りにスーパーへの同行なども頼まれても、気さくに引き受けてきた。

代わりに、お客は予約の時に1人でやっている店の都合を聞いてくれるし、畑で作った季節季節の野菜を届けてくれるという関係だ。

児玉が介護福祉に関心を持ったきっかけには、7年前に亡くなった祖父がしきりに病院

から家に帰りたがったことや、障害者を持ったおばが親子ともども年を取り、2人の行く末に心を痛めてきたことなどがあった。

また営業面でも「高齢社会が避けて通れない以上、もう少しお年寄りのことを分かってあげないと」と思いが強くなり、2年前にヘルパー2級の資格を取った。

こんな伏線の上に、最近では救急病院の看護師として次々に入れ替わる急患を見てきた長女が、「もっと在宅のような雰囲気で継続してケアできる仕事をしたい」と訴えるようになって、介護福祉施設の開設へ背中を押した。

「すずかけ」はゆったり空間に木をふんだんに使った温もりある施設である。

108㎡ある中央の談話室は30cm角のヒノキ柱3本がどんと立ち、明るい2階までの吹き抜け。周囲に6畳の7個室、8畳の2人部屋2室、調理室を配し、外回りはぐるとウッドデッキで囲んだ。美容室とは内側からバリアフリーで行き来できるようにした。児玉が定期的にボランティアで美容サービスをする。

入居者は要介護認定を受けた65歳以上。介護・医療のほか機能訓練・生活相談・レクリエーションを行い、地域にデイサービスも提供する開放型ライフホームだ。役員・スタッフは総勢7人。長女のほか介護福祉士の二女、美容師と介護福祉士の資格を持つ妹も加わった。

こんな夢の実現は、2880㎡もある自宅敷地、実家の山のヒノキやスギ、建設会社で施工管理者を務める夫・健男の協力があった。

設計は夫と同じ会社でバリバリ働き、3年前に47歳で脳こうそくに倒れた設計技師に頼んだ。右手にマヒが残り左手での設計は3倍も時間がかかったが、これが復帰第1作になった。

「お年寄りはいきれいにメイクやカットしてあげると鏡をよく見るようになり、表情が耀いてきます」と語る児玉。新聞・雑誌の情報は心がけてスクラップし、機会さえあれば努めて施設見学や講習に出かける。「私は猪年ですから」と笑うその表情も耀いていた。

## 平成18年 秋の叙勲 褒章受章者

平成18年秋の叙勲・褒章の受章者が11月3日付けで発令されました。そのうち、生活衛生功労関係の受章者（叙勲24名、藍綬褒章4名）を掲載しました。おめでとうございます。

### ◆叙勲（敬称略）

#### ◇…旭日双光章…◇

- ▽五十嵐郁夫＝元・栃木県中華料理生活衛生同業組合理事長（栃木県栃木市平柳町）
- ▽大塚 公生＝元・埼玉県理容生活衛生同業組合理事長（埼玉県さいたま市大宮区）
- ▽鍛冶 清俊＝元・富山県公衆浴場業生活衛生同業組合理事長（富山県高岡市片原町）
- ▽小林 政太＝現・新潟県公衆浴場業生活衛生同業組合理事長（新潟県新潟市白山浦）
- ▽品川 徹＝現・兵庫県理容生活衛生同業組合理事長（兵庫県加古川市加古川町）
- ▽角 沙門＝現・生活衛生同業組合滋賀県興行協会理事（滋賀県草津市上笠）
- ▽園田 保＝現・全国中華料理生活衛生同業組合連合会副会長（茨城県水戸市三の丸）
- ▽高橋 敬時＝現・宮崎県美容業生活衛生同業組合理事長（宮崎県都城市南鷹尾町）
- ▽玉置 典治＝元・三重県旅館業生活衛生同業組合理事長（三重県名張市赤日町）
- ▽中込 昭＝元・神奈川県麺類生活衛生同業組合理事長（神奈川県横浜市鶴見区）
- ▽中山 雪夫＝元・青森県旅館ホテル生活衛生同業組合理事長（青森県青森市大字大野）
- ▽西田 實＝現・大阪府公衆浴場業生活衛生同業組合理事長（大阪府大阪市浪速区）
- ▽半田 和正＝現・大阪府鮮商生活衛生同業組合理事長（大阪府大阪市中央区）
- ▽平子 浅雄＝元・東京都麺類環境衛生同業組合理事長（東京都豊島区）
- ▽舟戸 武史＝現・奈良県旅館・ホテル生活衛生同業組合理事長（奈良県奈良市花芝町）

▽前波 良成＝現・福井県理容生活衛生同業組合理事長（福井県福井市中央）

▽牧 景一＝元・石川県社交料飲生活衛生同業組合理事長（石川県金沢市鈴見台）

▽山田芳太郎＝現・静岡県麺類業生活衛生同業組合理事長（静岡県浜松市白羽町）

#### ◇…旭日单光章…◇

▽今村 祥一＝元・香川県飲食業生活衛生同業組合副理事長（香川県高松市一宮町）

▽小泉 進＝元・全国クリーニング生活衛生同業組合連合会副会長（東京都板橋区）

▽高橋 均＝現・秋田県理容生活衛生同業組合副理事長（秋田県男鹿市船越）

▽中川昭吉郎＝元・大分県鮨商環境衛生同業組合副理事長（大分県日田市三本松）

▽嶺岸 久男＝元・東京都理容環境衛生同業組合副理事長（東京都練馬区）

▽三好 豊市＝元・島根県クリーニング環境衛生同業組合副理事長（島根県松江市上乃木）

### ◆藍綬褒章（敬称略）

▽齋藤 隆＝現・全日本美容業生活衛生同業組合連合会副理事長（山形県山形市蔵王半郷）

▽中島 守＝現・鳥取県旅館ホテル生活衛生同業組合理事長（鳥取県東伯郡湯梨浜町）

▽藤野 雅彦＝現・全国料理業生活衛生同業組合連合会会長（東京都港区）

▽三住 武＝現・広島県理容生活衛生同業組合理事長（広島県尾道市久保）

## 医食同源を実証し、中華料理の真髄を伝える 旭日双光章を受章

現・全国中華料理生活衛生同業組合連合会副会長  
**園田 保さん**



園田さんは白血球が低下する病で医師から食事療法を薦められ、カロリーと栄養バランスがよい中華料理に着目。昭和35年に勤務していた会社を辞め、37年には中華料理店を開業して、医食同源を基本とした中華料理と食育の普及に努めてきた。昭和47年、自ら発起人となり茨城県中華料理環境衛生同業組合を設立、その後全国中華料理環境衛生同業組合連合会の理事にも就任、組合発展に尽力した。

その中で食の安全性を追求してきた園田さんは、商社と連携して組合員がより安全な食材をより安く共同購入できるシステムも構築。組合員の経営向上にも貢献してきた。そんな園田さんは、「中華料理店を開く人は多いのですが、医食同源を考えた食材の安全性に配慮されていないことが残念ですね。若い方々にはお客様の健康を考えて、基本をしっかり勉強してもらいたいと思います」と、後進に中華料理の真髄を学んで欲しいと話す。

その後進の育成に関しては、若手組合員を対象にした料理講習会の企画立案、ヘルシーメニューの研究、厨房施設の改善、衛生水準の向上などを提唱し、組合員の意識改革を積極的に推進。同時に、共済事業に取り組んで福利厚生面でも組合員をバックアップしてきた。園田さんは「実行の人」として、組合員・地元の人たちから頼りにされる存在である。

## 卓越した見識と豊富な経験で業界を牽引 旭日単光章を受章

元・全国クリーニング生活衛生同業組合連合会副会長  
**小泉 進さん**



小泉さんは昭和34年からクリーニング店を開業。以来約50年間、環境保全、クリーニング事故防止対策、業界の振興、福利厚生などにおいて、卓越した見識と豊富な経験で組合を牽引してきた。なかでも、クリーニング業界から環境負荷の低減に努めた功績、クリーニング事故を防止する観点から消費者サービスの向上に努めた功績は大きい。

環境負荷の低減に関しては、平成4年に「廃棄物の処理及び清掃に関する法律」の改正施行後、特別管理産業廃棄物管理責任者資格の取得が急務であると提言し、認定講習を実施して資格取得の指導を指揮。同時に、都内で環境保全指導対策講習会も開き、クリーニング業界の環境汚染に対する意識を高め、社会貢献に尽力した。

クリーニング事故の防止対策では、消費者の不信につながる重大事案であることから、主に接客業務を受け持つクリーニング店の主婦層を対象にした各種講習会を開催。小泉さんは、「どの講習会でも参加者が予想以上に多かったですね。そこで技術的な指導はもちろんです。他店との競争が激しいことから、お客様に選んでいただける店づくりをテーマに経営面にも力を入れました」と話す。事故防止が消費者サービスになり、経営の向上にもつながるという。

### 平成18年度 生活衛生功労者を表彰

平成18年度の生活衛生功労者及び理容師・美容師養成功労者に対する厚生労働大臣並びに（社）全国生活衛生同業組合中央会理事長表彰式が10月27日午後1時から、東京・紀尾井町のホテルニューオータニ「芙蓉の間」で行われました（写真）。



表彰式は柳澤伯夫・厚生労働大臣の挨拶（代読＝中垣英明・生活衛生課長）に続いて、生活

衛生功労者179名（総代＝麺類・神奈川、根岸邦夫氏）、理容師・美容師養成功労者16名（総代＝東京、坂崎英子氏）に対して表彰状が手渡されました。受賞者を代表して渡邊志雄氏（生衛功労、美容・東京）、鈴木泰子氏（理・美容師養成功労、宮城）がそれぞれ謝辞を述べました。

続いて（社）全国生活衛生同業組合中央会理事長表彰に移り、田中清三理事長の挨拶の後、生活衛生功労者182名（総代＝クリーニング・長野、加藤文人氏）に表彰状が授与され、三輪高裕氏（飲食・兵庫）が謝辞を述べました。

この後、来賓の（財）全国生活衛生営業指導センターの山下真臣理事長、国民生活金融公庫の高木俊明副総裁がそれぞれ祝辞を述べ、式を終了しました。



### Sマーク普及・登録促進月間

（財）全国生活衛生営業指導センターと各都道府県指導センターは、「標準営業約款（Sマーク）の普及・登録促進月間」を今年も11月に設定し、厚生労働省の後援、関係連合会、組合の協力を得て、同制度の周知徹底を図るため、各種活動を全国規模で展開しています。

現在、この標準営業約款は、理容業、美容業、クリーニング業、めん類飲食店（そば・うどん）営業及び一般飲食店営業の5業種について、都道府県指導センターで登録業務を行なっています。

シンボルマークであるSマークは、①Standard（安心）②Sanitation（清潔）③Safety（安全）の3つの頭文字を表しています。消費者は、これによりお店が約款に従った安全で安心できる約款登録店であることを知ることができるよ

うになります。

約款は、消費者の意識の変化や価値観の多様化が進む中であって、消費者利益擁護の観点から、営業者が自主的に履行する約束事を定めたものです。具体的には、お店が提供する役務の内容又は商品の品質及び施設又は設備について適正に表示するとともに、事故発生の場合の損害賠償などについて、考え方や基準を定めています。

詳細は以下のURLでご覧になれます。

<http://www.seiei.or.jp/>



5業種のSマーク普及・登録促進を訴えるポスター

# 特相員だより——街の知恵、地域の心



今後は癒し・ホスピタリティーなどがポイントに

□長野県美容業生活衛生同業組合・特相員□

田中 浩至

私は、長野県松本市で美容業を営んでおります。特相員として今年で7年目になりますが、組合員の皆様からの融資の相談や面談、さらに特相員研修会等で日々、自分自身も勉強させられる思いです。

近年特に感じている事は、とりわけ美容業の場合、新規開業に伴う相談が多い中で、申し込みされる組合員の方の年代が年々若くなっているという点です。同業者にとって新規参入が多いという事は、過当競争という状態を考えれば手放しで歓迎される事ではありません。しかし業界に若い経営者が参入する事は、一方では活性化や将来性につながるプラス要因でもあります。この相反する2つの要点を業界内でいかにバランス良くプラス志向で捉えていくかが今後重要な事になっていくと思います。

さて、ここ10年来、社会はめまぐるしく変化し、更に進化・発展していくでしょう。この原動力が、「携帯電話」「インターネット」そして「情報やデータのデジタル化」ではないでしょうか。この3つのアイテムは、これまでの社会を大きく変え、多くの業態を変え、人々の生活をも変えてきました。将来にかけてますます進化し、これらのものを抜きには考えられない世の中になっていく事でしょう。だからこそ、これらのものとは反対側に位置するもの、即ち人の心に訴える癒し・ホスピタリティーなどのメンタル要因が今後重要なポイントとなるでしょう。私共生活衛生業すべてに通ずる最も大切な原点ではないでしょうか。

特相員として、今後こうした面も含めて相談面でアドバイスできるよう、自分自身精進して参りたいと思っています。

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



食肉販売業



喫茶店営業



食肉販売業



氷雪販売業



旅館業



浴場業



クリーニング業



●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17年度生衛関係営業施設数の概要

平成18年10月に厚生労働省大臣官房統計情報部が公表しました平成17年度（平成18年3月末現在）「衛生行政報告例」から、生活衛生関係営業施設数の概要を紹介します。

「衛生行政報告例」によると平成17年度の生活衛生関係営業施設数は、2,568,310施設で、前年より2,543施設減少しています。

過去10年間の施設数の推移をみると、映画館は、平成12年度をピークに減少傾向。旅館業は、ホテルは増加、旅館は減少。公衆浴場の

内、一般公衆浴場は減少。理容所は減少傾向。美容所は増加傾向。クリーニング営業では、一般クリーニング所及び取次所も減少傾向。飲食店営業は平成13年をピークに減少。喫茶店営業は増加。食肉販売業、氷雪販売は減少の傾向を示しています。（表1）

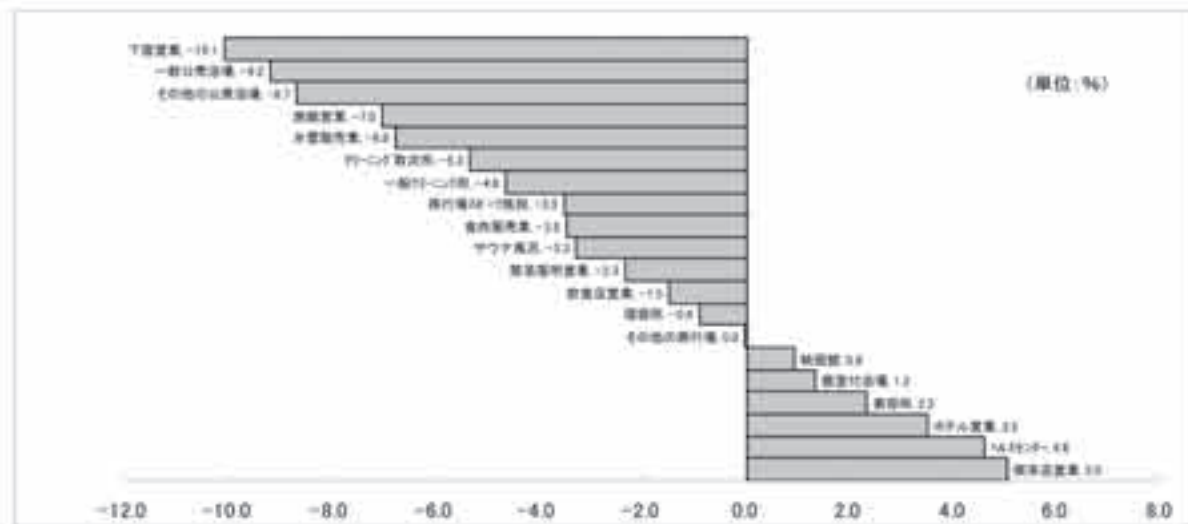
\*施設数＝施設数は、営業許可施設数を表しています。飲食店や喫茶店の施設数には、各保健所が自動販売機で各々の許可をだしている場合や営業許可を受けたまま休業・廃業している場合の施設を含む事があります。

表1 生活衛生関係営業施設数の年次推移

| 区分        | 7年        | 8年        | 9年度       | 10年度      | 11年度      | 12年度      | 13年度      | 14年度      | 15年度      | 16年度      | 17年度      |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 総数        | 2,512,888 | 2,534,709 | 2,534,562 | 2,549,560 | 2,567,847 | 2,618,565 | 2,617,007 | 2,604,773 | 2,590,794 | 2,570,853 | 2,568,310 |
| 興行場       | 4,763     | 4,873     | 4,935     | 5,024     | 5,092     | 5,179     | 5,160     | 5,113     | 5,032     | 5,063     | 5,034     |
| 映画館       | 1,950     | 1,943     | 1,908     | 1,938     | 1,984     | 2,024     | 1,976     | 1,920     | 1,822     | 1,860     | 1,839     |
| スポーツ施設    | 363       | 368       | 370       | 383       | 379       | 396       | 405       | 404       | 401       | 397       | 387       |
| その他の興行場   | 2,450     | 2,562     | 2,657     | 2,703     | 2,729     | 2,759     | 2,779     | 2,789     | 2,809     | 2,806     | 2,808     |
| 旅館業       | 106,741   | 105,473   | 104,046   | 102,854   | 101,494   | 99,176    | 97,267    | 94,908    | 92,744    | 90,343    | 87,927    |
| ホテル営業     | 7,174     | 7,412     | 7,769     | 7,944     | 8,110     | 8,220     | 8,363     | 8,518     | 8,686     | 8,811     | 8,990     |
| 旅館営業      | 71,556    | 70,393    | 68,982    | 67,891    | 66,766    | 64,831    | 63,388    | 61,583    | 59,754    | 58,003    | 55,567    |
| 簡易宿所営業    | 25,872    | 25,571    | 25,324    | 25,150    | 24,778    | 24,354    | 23,883    | 23,268    | 22,931    | 22,475    | 22,396    |
| 下宿営業      | 2,139     | 2,097     | 1,971     | 1,869     | 1,840     | 1,771     | 1,633     | 1,539     | 1,373     | 1,054     | 974       |
| 公衆浴場      | 25,790    | 26,009    | 26,377    | 26,744    | 26,870    | 26,732    | 26,827    | 26,706    | 26,831    | 27,074    | 27,674    |
| 一般公衆浴場    | 9,741     | 9,461     | 9,020     | 8,790     | 8,422     | 8,117     | 7,851     | 7,516     | 7,324     | 7,130     | 6,653     |
| 個室付浴場     | 1,360     | 1,341     | 1,330     | 1,328     | 1,320     | 1,329     | 1,343     | 1,343     | 1,346     | 1,343     | 1,364     |
| ハルスセンター   | 1,561     | 1,653     | 1,746     | 1,911     | 2,010     | 2,041     | 2,086     | 2,167     | 2,291     | 2,287     | 2,396     |
| サウナ風呂     | 2,921     | 2,920     | 2,742     | 2,671     | 2,583     | 2,433     | 2,362     | 2,181     | 2,140     | 2,169     | 2,070     |
| 入浴施設      | ...       | ...       | ...       | ...       | ...       | ...       | ...       | ...       | ...       | ...       | 2,650     |
| その他       | 10,207    | 10,634    | 11,539    | 12,044    | 12,535    | 12,812    | 13,185    | 13,499    | 13,730    | 14,145    | 12,541    |
| 理容所       | 142,544   | 142,718   | 142,809   | 142,786   | 141,321   | 140,911   | 140,599   | 140,374   | 140,130   | 139,548   | 138,855   |
| 美容所       | 193,918   | 196,512   | 198,889   | 201,379   | 200,682   | 202,434   | 205,204   | 208,311   | 210,795   | 213,313   | 215,719   |
| クリーニング営業  | 161,861   | 163,554   | 164,225   | 163,999   | 163,027   | 162,347   | 159,801   | 157,112   | 155,109   | 150,753   | 147,395   |
| 一般クリーニング所 | 49,954    | 49,563    | 49,215    | 48,103    | 47,324    | 46,595    | 45,848    | 44,505    | 44,041    | 42,664    | 41,998    |
| 取次所       | 111,907   | 113,991   | 115,010   | 115,896   | 115,703   | 115,752   | 113,953   | 112,607   | 111,068   | 108,089   | 105,134   |
| 無店舗取次所    | ...       | ...       | ...       | ...       | ...       | ...       | ...       | ...       | ...       | ...       | 263       |
| 飲食店営業     | 1,460,686 | 1,473,992 | 1,475,160 | 1,485,701 | 1,502,891 | 1,544,720 | 1,546,154 | 1,537,720 | 1,526,198 | 1,506,751 | 1,503,459 |
| 喫茶店営業     | 231,571   | 238,649   | 240,152   | 245,868   | 252,134   | 263,940   | 267,671   | 271,536   | 275,202   | 282,853   | 289,088   |
| 食肉販売業     | 181,184   | 179,223   | 174,403   | 171,734   | 170,922   | 169,766   | 165,101   | 159,919   | 155,791   | 152,317   | 150,397   |
| 氷雪販売業     | 3,830     | 3,706     | 3,566     | 3,471     | 3,414     | 3,360     | 3,223     | 3,074     | 2,962     | 2,838     | 2,762     |

（注）平成8年までは各年12月末現在、平成9年度以降は翌年3月末現在の数字です。

図1 施設の種別別平成17年度対前年伸び率（％）



施設の種別別に対前年の伸び率をみると、喫茶店営業、ヘルスセンター、ホテル営業では3%以上の対前年伸び率となっています。

(図1)

理容師・美容師の免許件数の推移についてみると、理容師は平成11年をピークに減少、美容師は増加傾向となっています。

次に、従業師数の推移についてみると、理容師は25万から25万2千人前後で増減を繰り返し、美容師は平成7年以降が増加となっています。

(表2)

表2 理容師・美容師の免許件数、従業師数

| 区 分  | 免許件数  |        | 従業師数    |         |
|------|-------|--------|---------|---------|
|      | 理容師   | 美容師    | 理容師     | 美容師     |
| 平成7年 | 4,392 | 13,026 | 252,187 | 327,596 |
| 8年   | 4,456 | 13,652 | 252,330 | 329,995 |
| 9年度  | 5,183 | 17,051 | 252,081 | 333,153 |
| 10年度 | 4,651 | 16,428 | 251,859 | 334,932 |
| 11年度 | 6,013 | 27,872 | 250,987 | 345,115 |
| 12年度 | 4,275 | 24,301 | 250,716 | 355,081 |
| 13年度 | 3,761 | 27,603 | 250,764 | 368,057 |
| 14年度 | 3,355 | 27,167 | 252,121 | 383,214 |
| 15年度 | 3,250 | 27,240 | 251,981 | 394,478 |
| 16年度 | 2,909 | 29,298 | 250,767 | 404,674 |
| 17年度 | 2,727 | 29,442 | 250,407 | 416,707 |

(注1) 平成8年までは各年12月末現在、平成9年度以降は翌年3月末現在の数字です。

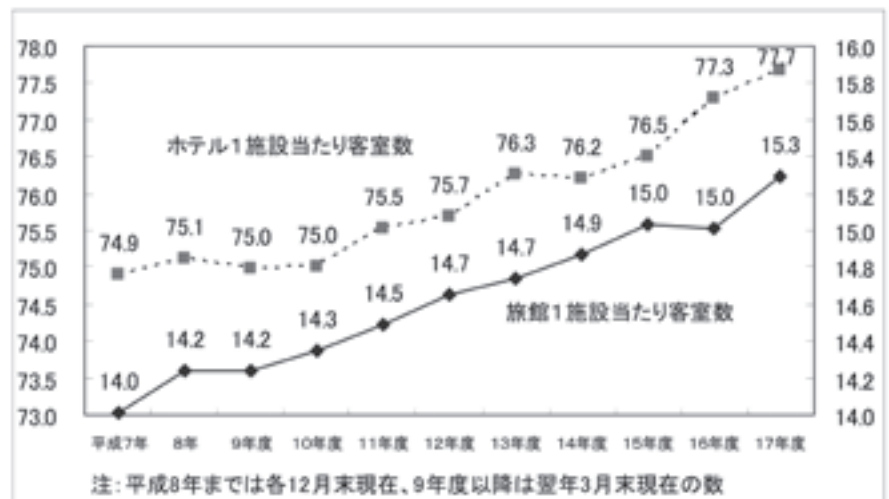
(注2) 従業師数は各々、理容所・美容所における従業師の数です。

(注3) 平成10年度以降の理容師・美容師の免許件数については、生活衛生課調べです。

旅館業のホテルと旅館の1施設当たりの平均客室数の推移についてみると、前年と比べ、ホテルでは約0.4室増加し、旅館では約0.3室の増加となっています。

(図2)

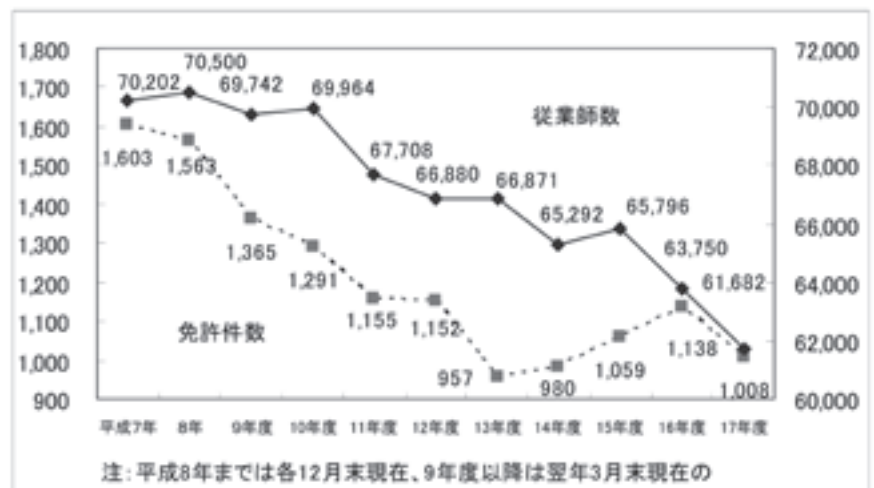
図2 ホテル・旅館の1施設あたり客室数



クリーニング師の免許件数の推移についてみると、前年と比べ、約11.4%の減少となっています。

(図3)

図3 クリーニング師の免許件数、従業師数



次に、従業師数の推移についてみると、平成10年度までは、70,000人前後で増減を繰り返し、それ以降は減少傾向となっています。

(図3)

「衛生行政報告例」は、厚生労働省ホームページでご覧になれます。

アドレスは、

「<http://www.mlk.w.go.jp>」

です。

## 生活衛生関係営業の景気動向等調査概要

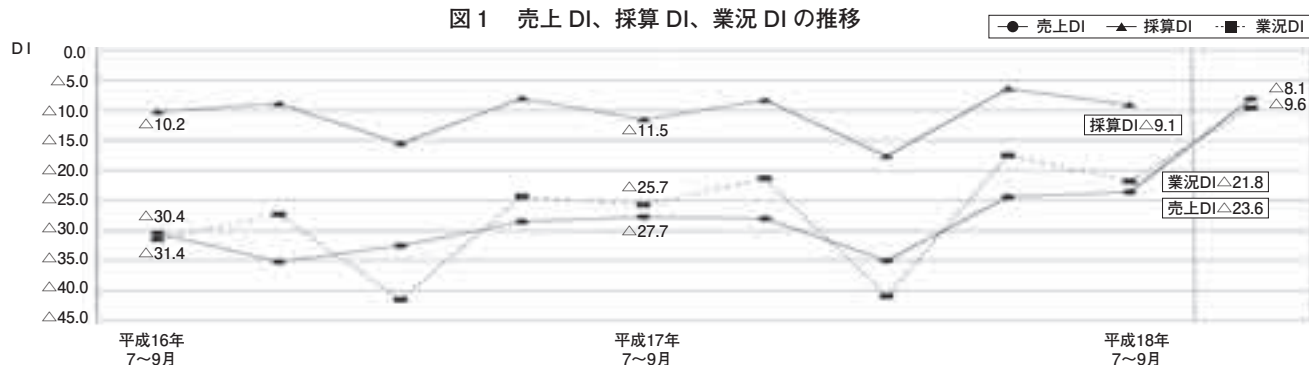
国民生活金融公庫 生活衛生企画部 調査課 奥川 智之

生活衛生関係営業の景気動向等調査は、国民生活金融公庫が財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7～9月期の調査結果の中から一部をご紹介します。

### ～マイナス水準ながら改善傾向が続く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、▲23.6（前期比0.8上昇）、▲9.1（同2.7低下）、▲21.8（同4.3低下）となりました。季節変動や原油価格の上昇等により一部前期比でDIが低下した業種もありますが、7～9月期の水準を過去から遡ってみると、各DIとも依然マイナス水準ながら、平成13年7～9月期を底として上昇局面にあると考えられます。来期見通しも「売上」「業況」とともに上昇しています。したがって、生活衛生関係営業の景況は、マイナス水準ながら改善傾向が続いているとみられます。

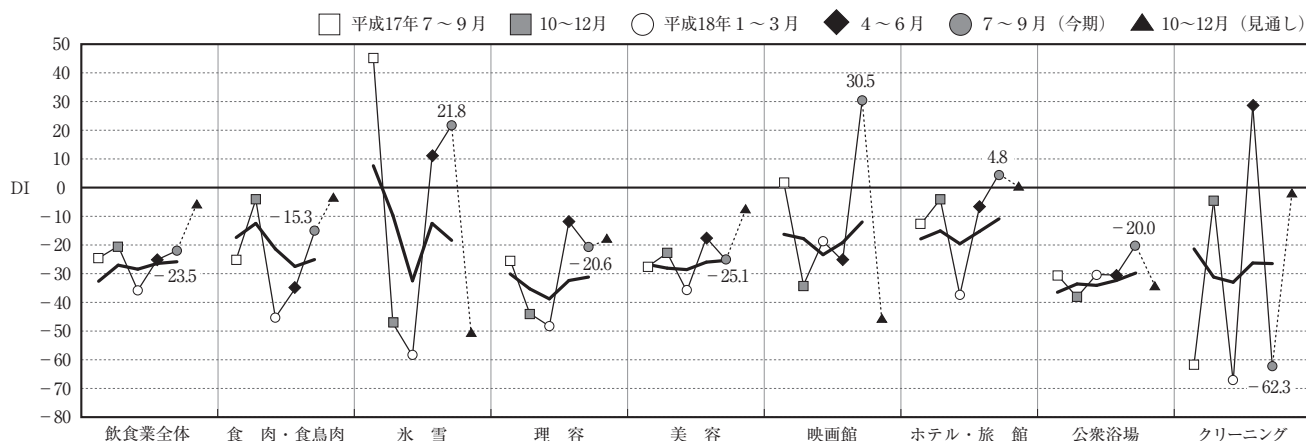
図1 売上DI、採算DI、業況DIの推移



業況DIを業種別にみると、「食肉・食鳥肉販売業」「冰雪販売業」「映画館」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」「飲食業」で、前期に比べ上昇しました。特に、「食肉・食鳥肉販売業」「冰雪販売業」「映画館」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」では、売上、採算の各DIも上昇しました。

来期の見通しは、「冰雪販売業」「映画館」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」を除く各業種で、DIが上昇しています。

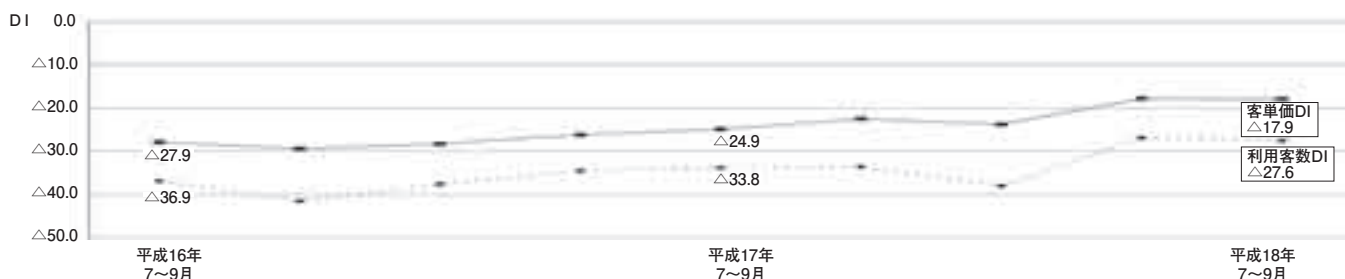
図2 業種別業況DIの推移



利用客数DI (DI=前年同月比で利用客数が「増加」企業割合－「減少」企業割合) は、前期から0.7低下し、▲27.6となりました。

また、客単価DI (DI=前年同月比で客単価が「上昇」企業割合－「低下」企業割合) は、前期から0.1低下して▲17.9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12.3% (前年同期比1.1低下) と、平成10年以降で最高だった前年同期に次ぐ高い割合となりました。低水準が続いていた生活衛生関係営業の設備投資に、前期に引き続き動きが見られます。

業種別にみると、「映画館」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」の各業種で前年同期を上回りました。特に「公衆浴場業」(前年同期比5.6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

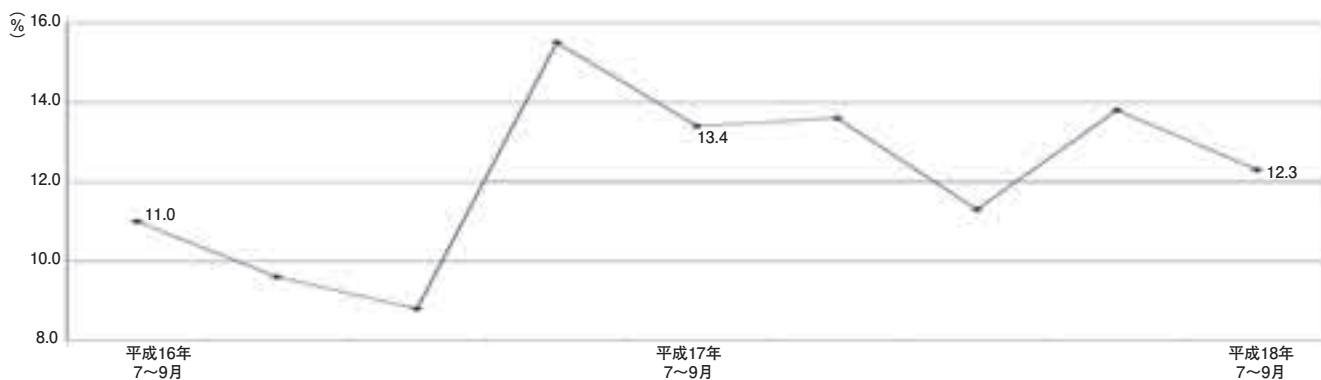
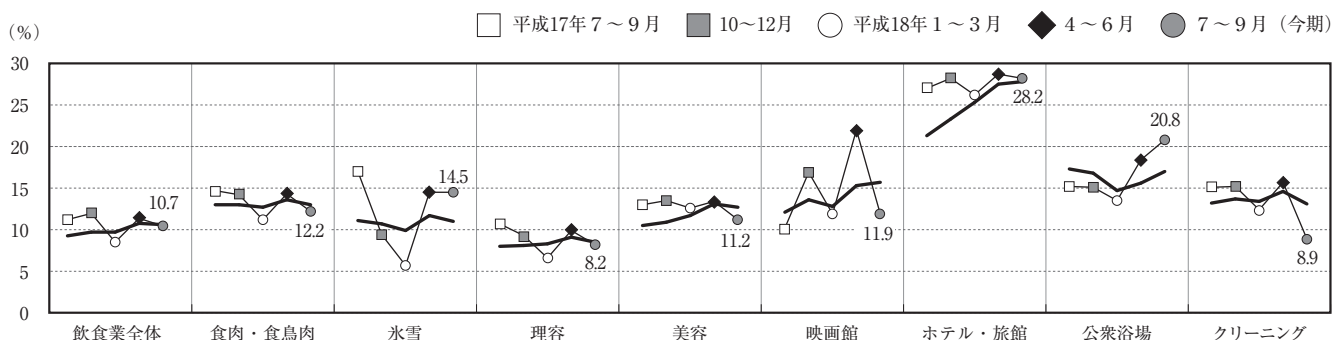


図5 業種別設備投資割合の推移



# 甘い勧誘が落とし穴―未公開株にはご注意を

＜社団法人全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 兼永 晴美＞

## ■未公開株とは？

未公開株とは、店頭公開や証券取引所に上場されていない株のことです。未公開株という有価証券を直接販売することはグリーンシート銘柄を除いて、証券業の登録を受けた証券会社や発行会社しか行えません。登録業者は金融庁のホームページで確認ができます。グリーンシート銘柄とは、日本証券業協会が非上場の株式を売買するため平成9年7月からスタートしたもので、平成18年10月20日現在92銘柄となっています。

## ■未公開株をめぐるトラブルについて

昨今の株式投資への関心、人気に乗じて未公開株を特別に購入できる、上場すれば必ず儲かるなどの甘い勧誘を受ける被害が急増しています。未公開株をめぐるトラブルのきっかけは電話勧誘やダイレクトメールがほとんどです。業者は知名度のある企業名や今後成長が確実なベンチャー企業の名前を持ち出します。そして、それらの会社概要や自社の立派なパンフレットを持参して、専門家を装い株式上場や金融市場の説明をして消費者の警戒心を解くなど、勧誘の手口は極めて巧妙です。特に在宅率の高い高齢者が預貯金のほとんどをはたいて投資してしまう、手元に株券が送られてきたから信用していたなど深刻な相談もあります。以下に未登録業者がかかわる相談事例をいくつか紹介いたします。

### ■相談事例 1

『「近々、有名企業の上場が予定されている。その未公開株を特別に購入できる。購入枠が決まっているので急がないと購入できなくなる、上場すれば値上がりは確実に1株60万円からでいい。」という電話勧誘での説明を信じて3株購入したが、発行会社は上場予定がないとわかった。』

相談者は電話勧誘のあと、業者の来訪を受けました。スーツに身を包んだ担当者とその上司から沢山のパンフレットを前に、特別に購入できる未公開株を紹介できるが購入枠に制限があり、今決めないと購入できないと言われ即断しました。株式購入額は業者の事務所に外向き手渡ししました。その後、株式発行会社に問い合わせると上場予定がないと言われ、慌てて業者に返金を要求しましたが応じてもらえないと相談を受けました。センターで業者は証券業登録がないこと、未公開株は上場予定がないという虚偽説明、株の知識のない人に販売しているなど問題点を整理し、業者と交渉した結果、7割が返金されました。

### ■相談事例 2

『上場すれば必ず儲かると未公開株購入の電話勧誘を3ヶ月に渡り受け続け、ついに根負けし500万円分を購入。後日、株券の前の持ち主と思われる印鑑証明や発行会社名の入った株券が送られてきた。だが株券の裏面の説明を読むと譲渡制限がついており、換金できないとわかった。』

未公開株には譲渡制限がついている場合が多く、株券を発行している会社の取締役会での承認がない限り株主と認められないばかりか換金もできません。株券の前の持ち主は企業関係者であった可能性が高く、業者は未公開株に譲渡制限がついていることは何ら説明していませんでした。そのため相談者は換金を諦めるしかありませんでした。センターで業者と何度か交渉しましたが、なかなか返金に応じないため法律相談を紹介しました。

### ■相談事例 3

『ダイレクトメールで未公開株を勧められ、100株を200万円で購入した。だが、報道で未公開株のニュースを見て不審に思い、解約を決めたが業者と連絡がつかず困っている。』

# 消費生活相談の現場から

未公開株の購入資金を業者に渡した後、解約を申し出ようと連絡をしたが連絡不能、詐欺に遭ったのではないかという相談も多数あります。全国消費生活情報ネットワークシステムPIO—NETによる未公開株の被害額は100万円から500万円未満が最多となっています。一度払ったお金を取り戻すことはかなり困難であり、業者が詐欺で逮捕されるなど事件に発展したケースもあります。センターでは、詐欺の可能性のある、すみやかに警察に届け出るように、と助言しました。

## ■そもそも株とは？

株とは、正式には株券、株式と言われ、企業が資金を調達するために発行するものです。つまり株を購入するとは、出資者としてその企業に資金を投資することになるのです。また、株式市場には取引別に札幌証券取引所、東京証券取引所、大阪証券取引所、名古屋証券取引所、福岡証券取引所、ジャスダック証券取引所があります。また、株の多くは単位株として取引されており、実際の売買取引には株価×株数に手数料が発生します。最近のネット証券ではミニ株といって1株単位からの取引が可能で手数料が無料といった業者もあります。しかし、市況は様々な影響でたえず変動しており、必ず儲かる、値上がり確実といった断定的判断ができる商品ではありません。

## ■未公開株の購入でのトラブルを防ぐために

1・証券取引法により証券業登録のない業者が営業として株式の販売を行うことが禁止されている点には冒頭でも触れました。しかし、消費者は株の売買への法規制や株式市場の流れについての情報は十分に持っていない場合がほとんどです。相談現場でも、未公開株の被害に遭って、無登録業者の違法行為を初めて知る消費者

が多く、株式投資の経験のある方も被害に遭うケースもあります。従って、「確実に儲かる」といった甘い勧誘、「あなただけ特別に購入できる」などの有利な条件提示を鵜呑みにしないことが大切です。

2・万一、業者から電話やダイレクトメールなどで未公開株の勧誘に遭った場合、次の点に注意しましょう。

- ① 業者の証券業登録の有無を確認しましょう（金融庁、日本証券業協会などでも情報提供してくれます）
- ② 個人から話を持ちかけられた時は、どういう経路で未公開株を入手したのか確認しましょう。個人間で行う相対取引であれば、証券業登録が不要な場合もあるので、営利目的での取引なのか、確認しましょう。
- ③ 未公開株の発行会社に上場予定や上場時期などの株式公開予定について直接問い合わせましょう。HPで未公開株の取引への注意喚起を行っている企業もあります。
- ④ 業者の提示する契約額が法外ではないか、株の売買単位の真偽や適正さを調査しましょう。お金を支払う前に少しでも、おかしいと感じたら契約をしない決断力と判断力も大切です。

## ■金融商品のトラブルに注意！

過去には外国為替証拠金取引といった法規制のない金融商品の消費者被害が急増し、その後、法整備されると関連業者は倒産や廃業に追い込まれました。未公開株に限らず、先物取引など消費者が簡単に理解できない商品を勧誘される被害による相談が後を絶ちません。「お金」への関心を高く持つことは大切ですが、「甘い勧誘」にはくれぐれも注意しましょう。不安があれば最寄りの消費生活センターにすぐに相談してください。

### 佐賀県生活衛生営業指導センター

佐賀市白山1-2-13  
諸永ビル3階  
理事長 小野 百香氏  
事務局  
職員数 4人  
(うち経営指導員2人)  
電話 0952-25-1432  
URL [www.seiei.or.jp/saga/](http://www.seiei.or.jp/saga/)



小野 百香  
理事長



センターのスタッフは4人体制(右端が飯田郁二事務局長兼経営指導員)

九州の西北に位置する佐賀県は、人口86万人と全国で少ない方から6番目だが、伊万里・有田・唐津の陶磁器、玄界灘・有明海の水産物、嬉野・武雄市の温泉地など特産品と観光名所に富み、広域の観光客を呼び込んでいる県だ。

しかし佐賀県生活衛生営業指導センター(以下「センター」と略)は組合員の減少に歯止めがかからないうえ、行財政改革に伴う補助金削減の余波を受けて苦戦中。6月に就任した女性理事長のもと、新たな事業戦略の構築を模索している。

#### ■興行組合、9月から活動休止

現在、佐賀県生活衛生同業組合連合会に加盟する組合は、飲食業・料理業・食肉・理容・美容業・旅館・興行・公衆浴場業・クリーニングの9組合。平成17年の組合員数は3,941人と、5年間で830人、17%余り減った。

特に組合員数の半数以上を占める飲食業組合は2,427人から1,925人へと21%も減少した。

若い開業者の組合活動に対する無関心、あるいは組合規約の

拘束を敬遠する傾向の広がり、それにご多分にもれずアウトの全国チェーン店の増加などが大きな背景だ。

その中で、興行組合が今年9月に活動を休止した。これまで興行組合には県内の単館(個人営業の映画館)1館とシネコン2館のうち、佐賀市内の単館とシネコン1館が加入していた。ところが単館が廃業を決めたことで最後のとりでを失う形になった。

佐賀市内には近く新たなシネコンのオープンが予定されており、興行組合の最終的な存廃は新しいシネコンとの協議待ちになっている。

また、公衆浴場業組合の組合員も佐賀市内の3人と唐津市内の1人だけになり、どの営業者も後継者がいないまま高齢化。こちらも存亡の危機に直面している。

#### ■行動派の女性理事長が就任

一方、センターも厳しい状況に追い込まれている。

行財政改革の余波で昨年度か

ら県の補助金が3割以上カットされたからで、昨年度からやむなく専務理事ポストを空白にした。経営相談は兼務の事務局長と相談室長の2人で当たっている。

さらに生活衛生営業振興推進助成事業などの新規事業が一切認められなくなり、昨年度まで年2回実施してきた経営特別相談員の研修会も1回に縮小を余儀なくされた。

こうした中、今年6月に佐賀県美容業生活衛生同業組合の小野百香理事長がセンター理事長に就任した。九州では大分県に続く女性理事長だが、県下で飲食業組合に次ぐ勢力(組合員数874人)を率い、全美連(全国美容業生活衛生同業組合連合会)の常務理事も務める実力者である。

組織内では全美連が昨年開いたニューヘアーライン発表会への参加、地元若手美容師の登竜門である「佐賀県美容技術大会」の開催、高齢社会に対応する「ハートフル美容師養成研修」の促進などに行動力のあるところを見せており、センター運営

## 補助金削減の余波の中、新戦略を探る

での指導力発揮が期待されている。

### ■標準営業約款登録はバツグン

冒頭から、いささかセンターの苦境報告が続いたが、他県に誇れる活動実績や、反転攻勢に向けて芽を出し始めている活動もある。

1つは、理容・美容業組合の高い加入率と、とりわけ全国で1、2を争う標準営業約款の登録率だ。

「センターの指導というより、組合員の皆さんの努力の結果です」

事務局はこう謙遜するが、これまでセンターが理容師・美容師試験・免許交付事業、管理理容師・美容師認定講習会や各種講習・研修会などを通して、組合員や指導者とのよい関係を築いてきたことが登録促進を円滑にした。

もう1つの明るい話題は平成20年6月に予定されている第46回全飲連（全国飲食業生活衛生同業組合連合会）全国佐賀県大会の開催である。

なにしろ全国の同業者2500人が3日間一同に集まる一大イベントだ。総会のほかに武雄・嬉野・川上峡温泉や「虹の松原」で知られる唐津市などで懇親会も開かれる。地元飲食業組合とセンターは「佐賀の特産品と名所をアピールし、県経済の活性化に貢献ができるチャ

ンス」として、いまからもてなしの企画・準備を進めている。

また、旅館組合は小原健史理事長が全国旅館生活同業組合連合会の会長職にある。そのため、組合も先進的な取り組みが進んでおり、佐賀県を旅行したい高齢者や障害者に観光・宿泊施設のバリアフリー情報を提供する「佐賀県バリアフリーツアーセンター」開設や、県・観光連盟の「ファミリーツーリズム」運動と連携して「人にやさしい観光佐賀」の実現などをめざしている。

### ■逆風時代にはチエを絞って

県の補助金カットの結果、センターが組合員の技術向上や組織強化を支援する活動は大幅に制約を受けることになった。しかし、事務局は「状況が厳しくなった分、センターのお客様である組合との連携・協力を強化したい」と前向きにとらえている。

このため、第一に新組合員加入促進の正攻法である融資相談と経営相談の強化。そして組合員向けには年2回の機関紙「生衛さが」とは別に、生衛営業に役立つ行政・金融・業界の情報を提供する「センターニュース」を毎月流している。

また事務局は、今後の生衛営業の発展は、「県内の豊かな観光資源の有効活用が一番重要なキーワードになる」と強調す



会員募集パンフ「加入のおすすめ」と機関紙「生衛さが」

る。

佐賀県の観光資源は焼き物の里に温泉地、豊かな食にとどまらず、「唐津くんち」や日本3大喧嘩祭りの1つ「伊万里トントン」など、広域の観光客を呼ぶ伝統行事も多い。

それに佐賀のチエは「佐賀インターナショナルバルーンフェスタ」、有明海の潟で繰り広げる「鹿島ガタリンピック」など、新しい時代の国際イベントも創出してきた。

「佐賀には魅力的な観光資源がたくさんあります。でもお客様は1つの観光スポットを訪れて帰る方がほとんどです。スポット観光から県内を回遊していただく「面」の観光にしないと…。そのために、センターは、組合と連携して何ができるかです」。

生活衛生営業の運営適正化・振興法施行から約半世紀。構想の具体化はこれからだが、事務局の方々の言葉からはセンターの役割の転換期に対する危機感と新たな戦略づくりへの決意が強く伝わってきた。

## 郷里に伝わる歴史発見の旅



室町初期の建造とされる遍照院・三重塔

岡山の夏は想像以上に日差しが強く、十数年ぶりの田舎の夏に戸惑いを感じた。それでも夕刻、倉敷の美観地区を歩くと、学生時代と変わらぬいい空気が流れていた。高校からの帰途、自転車を走らせていた頃を思い出す。倉敷川から駅へ向かう路地裏あたりには、昔ながらの白壁と板塀の街並みが続き、さらに時代が遡って幼い頃の思い出までもよみがえってくる。

そんな一角に蔵を改装した「浜吉 ままかり亭」がある。久しぶりに瀬戸内海の魚を満喫してホテルに戻り、美観地区の観光案内図を手にしたところ、「なぜ？」と思う名所が増えていたことに気づいた。それは、棋聖として名高い大山康晴名人の記念館である。

### ぶらり旅・ きまま旅 〈10〉

旅行ジャーナリスト  
佐々木 いつか

大山名人は倉敷の西方に位置する西阿知町で生まれた。実は、筆者もその町で生まれて育ったのだが、美観地区からは少々距離がある。生地の方に記念館を建てても訪れる人が少ないと判断され、多くの観光客が足を運ぶ倉敷川の一角に建てたのだろう。それにして

も、観光ポイントを一か所に集めた観光地はいただけない。観光地自体が工場化し、観光客をベルトコンベアに乗せて目玉商品だけを見せるやり方は風情がなさすぎる。観光ポイントは点在しているからこそ、その道中を楽しむ醍醐味もある。こんなところに効率を重視する日本人らしさが現れているようでもある。

うだ。しかし、度重なる大火や水害によって古文書や宝物などの文献が失われている。佐々木家は家系図をこの寺に預けていたところ、水害で流されたという話を親から聞いたことがある。近くに一級河川の高梁川が流れ、現在の堤防ができる前まではよく氾濫していたという。堤防からほど近いところにも佐々木家はあが、昔の母屋の軒下には舟が浮かっていた記憶があり、お寺の文献が流されるほどの洪水があつたとしても不思議ではないだろう。

生まれ育った町に歴史ある寺院があることを、今の今まで知らなかったことを恥じながら、郷土史を伝える大切さを痛感した。もしも、大山名人記念館が西阿知の町に建てられていれば、遍照院にも観光客の足が向くかもしれない。お寺から大山名人の生家までは歩いて10〜15分ぐらい、山陽本線のJR西阿知駅までもほぼ同じ距離である。

○月×日

きれいな海が見たくなった。そんな想いを持つ人は多い。

沖縄に行ってみたくなる。

私の沖縄との出会いは、そんな始まりでした。

きれいな海で遊び、丘に上がると、三線の優しくエキゾチックな音色が耳をくすぐる。

夜は静かな小波の音を聞きながら、一人で星空を眺める。

贅沢な時間。まるでこの世に自分しかないみたい。取り残されたような寂しさを楽しむのは、忙しい日常から逃れた幸せを感じているからだろうか？

＊ ＊ ＊

私の回りには「沖縄好き」の人が多く。ある男性の友人は「沖縄の人はとても純粋で、付き合っていて楽しい。複雑ではなく、単純な笑いがある。

## 働く女性のこだわり日記



## 「沖縄好き」の人々

る。生きることの基本になる感情が厚い」と語る。沖縄人は変にこねくり回さず、どんなつらいことを体験していても、一番大切なものは笑い（あるいは笑い飛ばすこと）だと知っていると言います。沖縄人は、会話で人を追いつめな

い。相手を否定せず、受け入れ、どこかで逃げ道を作ってくれるそうだ。暇さえあればこの友人は沖縄へ行ってしまう。

私は自宅で沖縄を感じようと、ネットで三線を購入した。練習用ビデオ付きだ。間違えて弾いてしまっても、決定的

な間違いではなく、どこか許されるような音色が嬉しい。

東京にいながら「プチ沖縄」を感じる工夫は他にもある。そう、沖縄料理店に出かけることだ。銀座の某沖縄料理店のスタッフはほとんどが沖縄出身者で、会話がのんびりとしている。ここは沖縄好きが集う場所。たいてい一人である客たちの沖縄との関わりは様々。職業もバラバラ。それでいて、どこ

なく不思議な共通点がある。夜がふけると沖縄民謡でみんなが一体化する。ずっといたいような居心地の良さのある店だ。

自宅でも沖縄をテーマに、お手製の沖縄料理と泡盛でホームパーティーを企画する知り合いもいる。インテリアは料理店顔負けのバリバリ沖縄風。こへもまたバックグラウンドの違った「沖縄好き」が集い、遠慮なく沖縄談義に花を咲かせる。

沖縄移住がブームになっている。「沖縄移住のためのセミナー」なるものもある。私も少し興味がある。一度出かけてみようかな？

（英字誌記者 高樹 かほ）



沖縄のきれいな海を眺めると、時がゆったりと流れているのを体感できる

(財)全国生活衛生営業指導センター賛助会員  
(50音順、11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・スパ協会  
〒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

♪ 今号の「巻頭言」の筆者、黒塚憲之さんが言及している「風呂屋のオヤジの番台ブログ」の発信主は、湯屋家業56年になる星野剛さんである。東京・墨田区業平で「さくら湯」を経営している。

そのブログをのぞかせてもらったが、お客様や近所の人たちに対する目線がなんとも温かく、優しい。この夏に出版した「湯屋番五十年 銭湯その世界」(草隆社刊)の帯には「人間裸になりゃ皆同じ。そんな裸の人間を見てきたからこそ、こんな素敵な文章が書けるんだなあ、きっと」という、なぎら健壺さんのコメントが付いている。

「やさしい気遣い」が今号の特集のテーマでもある。お店探訪先の一つ、「なみのゆ」の大小島博さんは、「銭湯をノスタルジーで語ることに興味はない。まだまだやりたいことがたくさんある」。やさしい気遣いの底流に旺盛なチャレンジ精神が脈打っている。

## 小さなクロスワードパズル

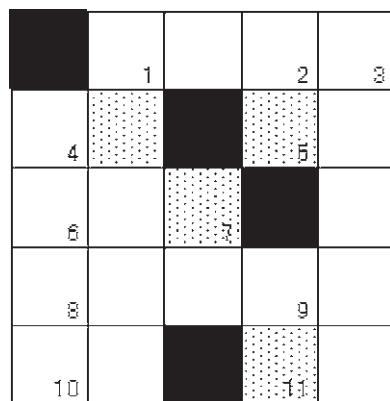
(模様付きの枠に入る文字を並べ替えて言葉を作りましょう)  
ヒント: 11・12月にちなんだ生き物です

### 【よこのかぎ】

1. つないだりはずしたりする玩具。
4. 愛媛の旧国名。  
この名にちなんだ柑橘類も。
5. メロディに声をのせて。
6. 緑色の果物。
8. 紅葉や楓よりも赤い。
10. 一割の百分の一。
11. ほんの僅かな、ごく小さなもの。

### 【たてのかぎ】

1. 一番年上のお兄さん。
2. 頭の中に詰まっています。
3. 白鳥もこの一種。
4. だしぬけに。
7. 10本あるのは足でなく腕。
9. 人で賑わっています。



(答えはこのページのどこかに)

## 生衛ジャーナル

11月号 平成18年11月発行 通巻368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

(答え=イチヨウ)

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。