

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」

- 年頭のご挨拶
- 特集 心とむひととき
- 時の話題 地域ブランド

2007

1



C O N T E N T S

巻頭言 年頭のご挨拶	1
特集 心とむひととき	
総論	2
お店探訪	3～9
時の話題「地域ブランド」	10
センターにゆうす	
全国センターホームページ全面刷新	11
厚生労働省から	12～13
景気動向調査	14～15
消費生活相談の現場から	16～17
特相員だより	18
せいせい短信	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」<11>	22
働く女性のこだわり日記	23
編集室から	24



富士
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 (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。

□特相員だより (18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

年頭のご挨拶

今年が生衛法制定50周年 業界の振興発展へ一層の努力

平成19年の新春を迎え、生衛業界の皆様方に謹んで新年のご挨拶を申し上げます。

旧年中、皆様方には、当全国指導センター並びに都道府県指導センターの諸事業の推進につきまして、格別のご理解とご協力を賜り厚くお礼申し上げます。

さて、小規模零細企業が殆どを占める生衛業界では、近年の個人所得や消費の伸び悩みによる売上げの低迷、新業態の進出等による競争の激化に加えて、昨年は原油価格の高騰、飲酒運転や駐車違反に対する取締り強化の影響も受けるなど厳しい状況が続いております。今後、日本経済全体として景気の回復が続き、生衛業の景況も改善していくよう切望するものであります。

また、本年は、生衛組合並びに生衛業振興の基本法である生衛法（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）が昭和32年に制定されてから50年を迎える記念の年でもあります。



(財)全国生活衛生営業指導センター
理事長

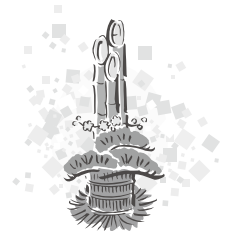
山下 真臣

生衛業は、国民の日常生活に極めて密接に関係する営業で、その経営の安定と発展を図ることは、衛生水準の維持向上と豊かな国民生活を築く上で重要な意味をもっております。

当全国指導センターと致しましては、この50周年を契機に生衛各業界の一層の振興発展、組合組織の活性化等に努めてまいりますので、業界の

皆様方には引続きご支援並びにご協力を賜りますようお願い申し上げます。

おわりに、皆様方のご健勝と本年がより良い年となりますことを祈念いたしまして年頭のご挨拶とさせていただきます。





特集 心和むひととき



本業に異質な分野の付加 妙な取り合わせが癒し効果発揮 時空超えた「和み」の場に変化

日本大学経済学部講師 池田 光男

今号のテーマは「心和むひととき」である。

まず幕末の話から。諸大名の中で家臣も庶民も心を和やかにする場所の必要性を痛感し、臣民が共に楽しむ庭園を造った藩主がいる。「最後の将軍」徳川慶喜の父親である水戸藩主・徳川齊昭だ。その庭園とは、日本三大名園の一つ「偕楽園」。偕楽とは「民と偕に楽しむ」の意味である。齊昭の筆による偕楽園記には、臣民の心をなごませる必要性が下記のように説かれている。

「弓の弦は引きっぱなしにしたら弛んでしまい使い物にならなくなる。馬は走らせてばかりいたら走ることができなくなる。人間も弓や馬と同じように働いてばかりいたら疲れきってしまう。そこで臣民の心身保養の場として庭園を造る」。偕楽園は齊昭のポリシーに基づいた庭園であり、目的は日常生活を心理的に遮断できる場所の創出であるといえる。

振り返って現代を見ると、世の中はディープリンパクトが空を切って走ると同じように、ものすごいスピードで変化している。いやが応でも緊張感が高まり、ストレスが溜まる。そこで偕楽園と同じように日常生活を心理的に遮断でき、疲れきった心身を癒す場所が必要となってくる。

大事なものは、そのような場所が身近にあることで気軽に利用できることである。「お店探訪」の3店は、都会での経営ながら日常生活から遮断された店づくりにより、顧客に別の世界

を楽しませることに徹底している。3店の経営の共通する点は、顧客が店舗内で自分の好みに合った行動が出来る分野を、本業に付加していることである。

癒し効果を意図するのかポリシーを明確に



付加するサービスなどは専門的な知識、技術が必要



日常生活を心理的に遮断できる場づくりで癒し効果発揮

「バー銀座パノラマ」では、バーに鉄道模型を走らせる施設を付加し、「ヘア&メイク・アース五反田店」は美容業に犬のトリミング（調髪）を付加している。喫茶「カナカナ」では、カフェには異端ともいえる町家の座敷をそのまま利用、そこでは顧客各自が好みのスタイルで自分の時間をゆっくり楽しむ空間を付加している。

これらの3店は、本来常識では考えられない異質な分野を本業に付加し、これまで世の中になかった複合的サービスを商品化し、事業として成り立たせている。これらの行動が癒しの時間と空間を生み出し、顧客に「心和むひととき」の場を提供しているといえる。

“テツ”ファンが集う店

バー銀座パノラマ

住所：東京都中央区銀座8-4-5 GINZA HACHIKANビル8階 総店長：服部 智之さん

電話：03・3289・8700 営業時間：月～金16：00～3：00、土日・祝18：00～23：00

定休日：年末年始、GW、お盆 URL：http://www.ginza-panorama.com



お店探訪

いま話題の六本木ヒルズや汐留のような人工の街の軽さに比べると銀座の落ち着きは今も魅力だ。その銀座に鉄道ファンが集うバーがある。そこは大人のおとぎ話のような安らかな遊びの世界だった。カウンターの前に線路が4本。駅舎の電灯も点っている。列車の接近で踏み切りがチンチンと音を立て、プラットホームをLED（発光ダイオード）が照らす。目の前を今は懐かしい国鉄時代の車両が走っていく。自分がまるでガリバーになったような気分で、目の前を走る模型のミニ電車を眺めながらお酒やワインを楽しむことができる。「趣味と実益」を地で行ったような“ながら族バー”が静かな人気で、土曜には家族連れで来る客もいるという。（文中敬称略）

店の名を「バー銀座パノラマ」という。

店の共同オーナーの鈴木邦夫が名古屋の出身で、一世を風靡した名鉄電車のパノラマ・カーを店名としたのだそうだ。

数寄屋橋交差点から電通通りを新橋方向に歩き、日航ホテルを左折した裏手、ソニー通りにある。玄関脇に小さな祠がある細長いビルをエレベーターで8階まであがる。入り口につづく踏み石、左手に水が流れ、右手に坪庭まである。まるで高級割烹料理店の構えである。

踏み石を進むと奥にバーが広がる。右側にカウンター、左がガラス戸棚になっていて、模型の列車、電車がぎっしり。これ、売物である。安いものなら400～500円、1～3万円するものもあり、鉄道ファンなら垂涎の陳列だ。

カウンターに鉄道模型「Nゲージ」（サイズ



店はソニー通りにあるビルの8階
(右端上が「バー銀座パノラマ」の看板)

が実物の150～160分の1)の線路が4本、そこを懐かしい電車を走らせるのだ。レールの総延長は66メートルに及ぶ。

お客はいろいろな型式の編成で走る模型を眺めながら一杯飲む。静かな雰囲気、それでいて落ち着いた“テツ”ファンの店である。鉄道情報に詳しい鉄道ファンやマニアはざっと1,000万人。新型車両の初乗りや引退する車両のサヨナラ運行に乗り、全国のローカル線を全踏破する人、鉄道模型のコレクター、実際に走らせて楽しむ人…そうした鉄道マニアを仲間では“テツ”と呼び、専門誌も数種ある。テツを読者とした漫画雑誌もあり、そこに連載された漫画「鉄子の旅」に登場するのが、この店である。

オーナーの鈴木は、子どものころから大の



飛び石のある入口と坪庭



総店長の服部智之さん(左)とスタッフ

鉄道ファンで、鉄道模型のコレクター。子供のころ、踏切を横切る電車を眺めてドキドキした興奮がテツになった。集めた模型は4,000種にのぼる。

大手の人材関連企業の広告のディレクターをしていた。1962年生まれだが、41歳で脱サラを決意。好きな鉄道模型を毎夜、走らせて、お客様に楽しんでもらいながら飲むバーを開くことを考えた。

「まあ、大人の遊び場ですね」と鈴木。

ところで、このバーでは昼間書道も教えている。会社の同僚だった簀河原(すがはら)純子が書家だったことから共同経営者になってもらった。というのは、彼女はペン字や毛筆、書道展入選をめざす人たちを対象に書を教えたい、と考えていた。

書家・金田心象や村井虹城に師事。毎日書道展に入賞、心象舎展、書展太陽、女流書展などに出品してきた。現在、心象舎理事である。

書道教室を開きたい簀河原と鉄道模型バーを開きたい鈴木が共同出資して「バー銀座パノラマ」を構想した。

カウンターの奥が6畳くらいの小あがりになっていて、畳が敷いてある。昼間はそこを書道教室に使い、夜は鉄道模型バーという店が平成16年9月1日、銀座にオープンした。投資額は3,000万円というから脱サラのコラボレーションとしてはかなりの冒険だったに違いない。



カウンターの前を鉄道模型が走る。踏み切りの警報がチンチン鳴り、新旧の模型が行き交い、LEDで照らされたプラットフォームの明かりが郷愁を誘う



若い鉄道ファンではなく、中高年のサラリーマンや経営者を対象に考え銀座を選んだ。店の入口に踏み石を置き、坪庭まで造ったのはその落ち着いた雰囲気づくりと高級感で、単なるマニアの店でないことをお客様に理解して欲しかったからである。

開店してみると口コミで徐々に馴染みが増え、今では開店前に予約で満席になることもある盛況。現在は総店長の服部智之を含めバーテンダー3人がカウンターに立つ。また、階下の7階に鉄道模型と趣味の空間、大人の秘密基地「パノラマ小部屋」を正月五日にオープンさせた。

ボトルキープはできないが、車両キープは年間5,000円。客は自分の自慢の模型を店に置かせてもらって、来たとき、走らせて楽しむ。模型走行サービスには1,500円払う。

店で“テツ”のお客様のあいだで人気を呼ぶ「満鉄カクテル」は70年前、実際に走っていた南満州の「特急あじあ号」の食堂車で販売して

いたカクテルを再現してみせたというこだわりの店である。



びっしりと鉄道模型が収められたガラスケース



ヘアカット、愛犬と一緒に

ヘア&メイク・アース五反田店

住所：東京都品川区東五反田5-22-33 T K池田山ビル1 F

電話：03・5791・9890 営業時間：10：00～21：00

URL：http://www.hairmake-earth.com

店長：津田 圭太郎さん

定休日：年中無休

お店探訪

「美容室に行って、自分もペットもきれいになりたい」——そんな発想から生まれたのが犬のトリミングサロンを併設した話題のサロン。かわいいペットが手入れされる様子を見ながら、飼い主も癒しのひと時を過ごす。(文中敬称略)



美容室の待ち合いから愛犬をながめる客

美容室に現れた若い女性客は、かわいいプードルの姿に目を奪われた様子。「ワンコ、超かわいい！」と受付の前ではしゃいだ。

「まずお客さまは驚かれます」というのはHAIR&MAKE EARTH (以下「ヘア&メイク・アース」) 店長である津田圭太郎。

常に変化することを目指し、全国に120店舗を展開する大手美容室チェーンの「ヘア&メイク・アース」は、美容業以外の業種である犬のトリミングサロンとカフェを併設した複合施設を昨年9月にオープンした。全国的にエステやネイルサロンを併設した美容室は増えているが、トリミングサロンへの進出は業界初の試みだ。

通りに面する店舗はトリミングサロンを中央に右に美容室、そして左にカフェとそれぞれ別の入り口になっている。各店ごとに別の店長とスタッフが働く。各店舗はガラスの壁で仕切られ、中央のトリミングサロンの様子は美容室とカフェから見えるように設計されている。美容室では、客が自分のペットがきれいになってい

く様子を満足そうにガラス越しに眺めていた。

トリミングサロンでは一日平均4、5頭のワンちゃんがシャンプー、トリミング、そして泥パックやアロマバスなど人気のメニューを利用している。複合施設として完成する以前は、五反田で美容室のみが営業していた。

「トリミングサロンの認知度も上がって、まずは成功です」とこの店を展開するビックモア株式会社のマーケティングディレクターである杉田麻生子は言う。トリミングサロンへは、女優の川島なお美さんも愛犬の手入れに来店した。

「ヘア&メイク・アース」では、設立以来“常に変化すること”をモットーに、競争の激しい美容業界で常に変化する利用者のニーズに応えるサービスをすばやく取り入れてきた。店では子供向けのおもちゃやオムツ替えシートを備えたプレミアチャイルドルームや、DVD鑑賞やインターネットができる個室などで差別化を図る。

こうした展開は、消費者の変化に敏感なビッ



店の外観（右が美容室、中央トリミングサロン、左がカフェ）

クモア社長國分利治のすばやい決断力が大きく反映されている。

五反田店でペットのトリミング産業に参入することになったのは、杉田など社員の提案がきっかけだった。自ら犬を飼っている杉田は、「トリミングサロンのある美容室があれば便利だ」と國分社長に提案。すると店舗のスタッフからも「子供やペットがいるから美容室へ来ることができないと言う人がいる」という声が上がった。

國分社長がペット向けの異業種参入を決定し、トリマーの募集を開始したところにジャパンケネルクラブ公認トリマーで、当時は別のサロンで働いていた佐瀬栄子がペット業界の情報をもって面会を申し入れた。ペット業界に初参入するビックモアとしては、経験のある責任者を必要としていた。

その後トリミングサロンの店長に抜擢されることになる佐瀬は、トリマーになった時から、美容室と併設したサロンで働くのが夢だったのだ。

「美容業と犬のトリミングは全く別もの」と佐瀬は言う。美容業の大手だが、ペットのトリミングには初参入だったビックモアにとって大きな戦力となった人物だ。今後は更に美容業と連携し、「ヘア&メイク・アース」ならではのカットスタイルを提案するという。

「飼い主とワンちゃんにお揃いのエクステンションやカラーを提案するなど、色々な夢があります」と佐瀬は語る。



ヒノキのアロマバスでワンちゃんの目もとろり

美容室にとってもトリミングサロンと併設したことで、客層が広がるなどの効果が現れた。「ヘア&メイク・アース」は20代の客が多かったのだが、ペットを持つ客はより年齢が高い場合が多い。そうした年齢層への美容室の認知度が高まり、集客力がアップした。また忙しく働くスタッフにとって、かわいいワンちゃんの様子を見ることで心が癒され、職場環境が充実した。

「企画の段階では、犬の鳴き声や匂いが美容室のお客さんに敬遠されるのではと心配する声もありましたが、壁で仕切ったので、実際は問題がありませんでした」と杉田は言う。

美容室の客は、カフェでメンバーズカードを見せると割引サービスを受けることができる。

五反田店の成功を受け、ビックモアは昨年11月24日に大阪市城東区にトリミングサロンを併設した2号店をオープンした。今後、愛犬家にとって安らぎの空間が広がりそうだ。



美容室の内部。左はプレミアチャイルドルーム

町家カフェの草分け

喫茶「カナカナ」

住所：奈良市公納堂町13 オーナー：植嶋 秀文さん 電話：0742・22・3214

営業時間：11：00～20：00 定休日：月曜日（祝日の場合は翌日）

URL：http://www.trafika.jp/kanakana/

お店探訪

「奈良町を代表する
カフェ」「行列のできる
人気店」——こんな

資料を手に訪ねた「カナカナ」は、生活感あふれる細い通りに静かにたたずみ、前をゆき過ぎても分からず、人に尋ねてやっと見つけた。「お客様にも、よく分かりにくいって言われるんです」。屈託なく笑うオーナー夫人の井岡美保。「自分たちの好きなものを集めて店にしたら、うまく調和したという感じなんですよ」というお店を早速拝見。（文中敬称略）

ギーッときしむ木戸を開けると、築80数年の民家を改築した店内は、黒々とした石づくりの土間と濃い鉛色に光る太い柱が、漆喰の壁の白さと好対照をなす簡素な美しさ。見上げる吹き抜け天井のガラス窓に、初冬の曇り空が映る。

34席のうち、22席は靴を脱いで上がる座敷。曇りガラスの引き戸の奥では、午後の陽がさす格子窓のそばで静かに本を読む若い母親と娘さん。ちんまりと座って、一杯のコーヒーを味わう白髪のおばあさん。「足がしびれたあ〜」とにぎやかなカップルも。不思議とこの空間にマッチするブラジル音楽がゆるゆる流れる中、それぞれの時間をゆっくり楽しんでいる様子が伝わってくる。

「こんな住宅に住んだ経験のない世代のお客様もみな、『懐かしい』と喜んで下さいます。日本人のDNAに作用するものがあるのかもしれないですね。おばあちゃんがうちで待っていてくれる、みたいな」と井岡。

情報誌を見て訪れた若者や、「子どもがいて



障子、たたみ、ちやぶ台…懐かしさあふれる店内

も座敷があるので安心」という親子連れ、「娘に勧められて」という中年女性グループなど客層は広い。

奈良、京都を中心にブームとなっている町家カフェの草分け的存在だが、2001年7月にオープンした際は「保証金が安かったので…。ご縁ですね」とあっさり。当初、訪れるのは近所の人や友達ばかりだったが「飲食店なので、余り物を食べてでも生きていけますよね。もともと、仲間がそれぞれの趣味を持ち寄って語り合えるような場を作りたい、それなら飲食店がいいんじゃないかと。儲けたいわけじゃなく、好きなことをしたいので」と語る。

「ご縁」の言葉通り、雑誌社に勤める友人がフリーペーパーで紹介してくれた記事をきっか



「カナカナ」のスタッフたち（右端が井岡さん、その左が植嶋さん）



格子窓と白壁が美しい店の外観

けに、雑誌などで取り上げられる機会が増え、1年で黒字に転じた。開店当初からの常連で、近くに店舗を構える福住皓之亮・県飲食生活衛生同業組合理事長のアドバイスにも助けられたという。その後の「町家ブーム」や「イノベーション(再生)ブーム」、また、歴史的街並みの保存に力を入れている「奈良町」の一角に位置していたことも奏功した。

しかし「カナカナ」の人気は町家の雰囲気だけに因るものではない。オーナーで調理を担当する植嶋秀文は、知る人ぞ知るブラジル音楽通。ここでしか販売していないCDもあり、植嶋との音楽談義を楽しみに、すいている時間帯をねらって訪れる人もいるとか。

一方、旅行代理店に勤めた経験もある井岡は、東欧や北欧の雑貨をテーマにした本も出版している「かわいいもの通」。年3~4回、海外に行き、買い付けた雑貨をカフェ2階のギャラリーで販売している。屋根裏部屋風の小部屋を埋める雑貨の数々は、雑貨ファンならずとも見るだけでも至福の時。「2階を目当てに来られるお客様も多いのです」という井岡の言葉も納得だ。

いずれも趣味の域を越えた文化的なスペースになっていると感じるが、井岡は、にこやかに「自分たちの好きなことをしているのだから、本業である飲食では、適当なものをお客様に出せません。自分でおいしいと信じられるものだけを提供したい」と。

実はオーナー夫妻、2人とも小学生のころから台所に立っていたという料理好き。週替

わりの和風セットメニュー「カナカナごはん」や、すりつぶしたエビのみそ入りのルウが濃厚なこくをかもし出す「えびのカレー」が人気だ。

この日の「カナカナごはん」のおかずは「えびとブロッコリーのクリームコロケ和風あんかけ」「ひじきとパプリカのバルサミコ酢サラダ」など5品。メニューは植嶋が考えて作るのだが、最初は「家でも食べられるものにお金をもらうのは申し訳ない」と和食を提供することに反対だった。かえってそれが受けて、作り方を尋ねられることも多いとか。丁寧に紙に書いて教えてくれる。

飲料にはとことんこだわり、さまざまなコーヒーや紅茶、ハーブティーを飲み比べて、気に入ったものをそれぞれ別のメーカーから購入して供している。

インタビューを受ける井岡のわきを、くだんのおばあさんがコトコトと帰っていかれた。「ありがとうございます」と送った井岡、「ほとんど毎日来て下さるんですよ。行列にも並んで待って下さって。じっくりお話したこともないのですが、姿が見えないと、今日はどうされたのかと気になってしまいます」と、縁を大切にしてきた人らしい言葉。

物静かな印象の植嶋は、「コーヒー、おいしかったです」と言う。「ぜひまた来て下さい」と笑顔でスタンプカードに押印してくれた。オーナー夫妻の飾らぬ人柄あってこそ、「心なごむひととき」だろう。

時 話 題

地域ブランド

地域団体商標の登録第1弾

都道府県	商 標
北海道	◇十勝川西長いも ◇鶴川ししゃも
青森県	◇たっこにんにく
群馬県	◇高崎だるま
東京都	◇稲城の梨 ◇江戸甘味噌
神奈川県	◇小田原かまぼこ ◇小田原蒲鉾 ◇松輪サバ
石川県	◇中島菜 ◇金沢仏壇 ◇七尾仏壇 ◇加賀みそ
長野県	◇市田柿
岐阜県	◇岐阜提灯 ◇飛騨一位一刀彫 ◇下呂温泉 ◇飛騨牛乳 ◇山岡細寒天
静岡県	◇駿河湾桜えび ◇由比桜えび ◇焼津鯉節
愛知県	◇三州瓦
滋賀県	◇雄琴温泉
京都府	◇京あられ ◇京おかき ◇京仏壇 ◇京人形 ◇京石工芸品 ◇舞鶴かまぼこ ◇間人ガニ ◇鴨川納涼床
大阪府	◇大阪欄間 ◇和泉木綿
兵庫県	◇豊岡鮑
奈良県	◇高山茶釜
和歌山県	◇紀州うすい ◇しもつみかん ◇有田みかん ◇和歌山ラーメン ◇紀州備長炭 ◇紀州みなべの南高梅 ◇すさみケンケン鯉
広島県	◇福山琴
佐賀県	◇神崎そうめん
長崎県	◇長崎カステラ
熊本県	◇球磨焼酎 ◇黒川温泉
大分県	◇関あじ ◇関さば
鹿児島県	◇かごしま知覧茶
沖縄県	◇石垣の塩

これまで地域ブランドの商標登録には「夕張メロン」のように全国的な知名度が必要



関係者はアイデアに知恵を絞ることになりそう。

改正商標法による今回の第

また、2つの陣営が商標を

52件に初の商標権 どう活用するかが今後の課題

地名と商品・サービス名を組み合わせる「地域団体商標」(地域ブランド) 52件(表参照)が特許庁から登録第一弾として発表された。各地特産のブランドが10年間保護されて類似商品を排除できるため、地域活性化に一役買うと期待されているが、「ブランドをどう活用するかが今後の課題」と

今回の地域ブランドでは個人での出願は認められず、農協や漁協などの団体に限って出願できる。商標として認め

今回の審査では「和歌山ラーメン」は認められたが、福島県の「喜多方ラーメン」は認められなかった。「京人形」は2団体が出願し、

共倒れを回避し、共存共栄の策に出る動きも出てきた。「松阪牛」「松阪肉」のブランドは平成18年4月に1団体が出願した後、三重県松阪市が音頭を取り、同年8月に地元11団体の共同出願に切り替えられたため、改めて審査されることになった。

だった。しかし、改正商標法では、要件が緩和された。

一弾の認定は、平成18年4月中に出願のあった374件のうちの約14%にとどまっております。順次、審査により追加認定される。

出願した駿河湾の特産品「桜えび」は駿河湾産と隣接する由比産の両方が「当選」した。その一方で、京都の八ッ橋は2団体が計5件を出願したが、いずれも漏れた。関係者は「一本化できなかったから共倒れになったのかも」と分析している。

全国センターのHPを全面リニューアル

安心・安全、環境、健康増進に力点

(財)全国生活衛生営業指導センターは昨年11月24日、ホームページ(HP)を「豊かな暮らしの応援団 安心・安全な生活のサポーター」をメイン・テーマとする内容に全面リニューアルしました。

主な更新内容は次のとおりです。

従来の生衛業のデータベースとしての機能を残しつつ、生衛業界のトピックスや標準営業約款制度「Sマーク」、健康増進など、生衛業が国民生活に対して取り組んでいる情報を広く社会にアピールすることを主としたサイト構成にしました。

ホームページの最初のページは「健康増進の取り組みって?」「生衛業ってどんな業種?」「安心・安全な暮らしへの取り組みって?」「環境保全への取り組みって?」と題した四つの設問を提示しそれぞれのアイコンをクリックすると、全国センターが取り組んでいる課題の概略を知ることができるようになっています。

次のメイン・ページでは、生活衛生関係営業16業種の紹介とそのアイコンをクリックすると各業種連合会の最新ニュースが手近に、すばやく入手できるようになっています。

また、「安心・安全な暮らしへの取組み」ではSマークとクリーニング研修、「健康増進への取組み」「環境保全の取組み」では、健康入浴推進の手引き、食品リサイクル推進指針などについて詳しく知ることができます。

さらにもう一つの特徴は、デー

タベース内を再度整理し、生衛業者の方の経営支援ツールとして活用しやすくしたことです。

このデータベースでは、生衛業に対する政策体系、生衛業に係わる指導体系、関係団体、経営アドバイス・融資情報、関係法令、統計資料、調査・研究報告書などが整理・拡充されて掲示されています。

特に経営アドバイス・融資情報では業界動向、開業の手引き、融資情報、苦情処理、お店の経営自己診断、生衛業の簿記、経営診断、税務、従業員の雇用、社会保険の基礎知識、共済制度の活用法など、生衛業者の方にとって“強い味方”となる情報が整理され、かつ分かりやすく提供されています。

URLは従来と同じで、以下のとおりです

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



全面リニューアルされたメイン・ページ

「平成19年度生活衛生関係営業対策予算(案)等の概要」

I 一般会計

[] 内は18年度予算額
生活衛生営業対策費
1,044百万円 [1,031百万円]

1. 全国生活衛生営業指導センター事業

改要求

振興事業助成費

230百万円 [200百万円]

全国生活衛生同業組合連合会等の自主的な活動を促進し、営業者の振興を図るため、①消費者サービスの向上、②地域福祉の増進、③人材の育成、④衛生水準の向上、⑤経営革新等のための事業など振興に資する事業を助成するとともに、新たに生衛組合の組織強化や活性化を図るための活動等への支援を行う。



II 生活衛生資金貸付 (国民生活金融公庫)

1. 貸付計画額 1,800 億円

[18年度 2,000億円]

2. 特別貸付制度等の改善

- (1) 標準営業約款の登録を行った営業者に対する貸付条件の改善。
(運転資金 基準金利 → 特別利率①)

2. 都道府県生活衛生営業指導センター事業

生活衛生営業健康推進等事業費

110百万円 [88百万円]

新規

災害時支援体制整備等推進事業

生衛業者による国民の安全・安心を確保するための取組を支援するため、耐震改修促進法に基づく地方公共団体の各種施策を営業者に情報提供するとともに、災害が発生した際に、高齢者や障害者等の災害弱者を旅館・ホテル、公衆浴場等において円滑に受け入れられる体制を事前に検討し、地域の防災対策に資するための事業を実施する。

- (2) 小企業等設備改善資金特別貸付制度(無担保無保証貸付制度)の貸付限度額(550万円→1000万円)及び貸付期間(6年以内→7年以内)に係る特例措置の取扱期間を1年間延長する。

- (3) 第三者保証人等を不要とする特例措置の拡充。

(貸付限度額1,500万円 → 2,000万円、利用者上乗せ金利負担 年0.9% → 年0.65%)



III 税制改正要望の結果概要

1. 国税関係

- (1) 共同利用施設の特別償却制度の延長(法人税)
2年間延長する。
生活衛生同業組合が、振興計画に基づく共同

利用施設(研修施設等)を設置した場合に認められる特別償却の適用期限の2年間延長を求めているもの(全業種)。

- (2) 留保所得の特別控除制度の延長(法人税)
2年間延長する。

生活衛生同業組合が所得を留保した場合に認められる特別控除制度の適用期限の2

年間延長を求めているもの（全業種）。

- (3) 貸倒引当金の損金算入限度額の上乗せ特例措置の延長（法人税）

2年間延長する。

生活衛生同業組合の貸倒引当金について、損金算入限度額の上乗せを認める特例措置の適用期限の2年間延長を求めているもの（全業種）。

- (4) 事業基盤強化設備取得の中小企業者に係る特別償却制度と税額控除制度の延長（所得税・法人税）

2年間延長する。飲食店に係る対象設備を生衛法上の振興計画に基づく振興事業に係る設備とする。

中小企業者が事業基盤強化設備を取得した場合における特別償却又は税額控除の適用期限の2年間延長を求めているもの（全業種）。

- (5) 公害防止用設備に係る特別償却制度の延長（所得税・法人税）

2年間延長する。

ドライクリーニング装置に装着する活性炭吸着回収装置を取得した場合に認められる特別償却制度の適用期限の2年間延長を求めているもの（クリーニング関係）。

- (6) 産業活力再生特別措置法に係る事業革新設備の特別償却制度の適用期限の延長（所得税・法人税）

産業活力強化特別措置法（仮称）への改正を踏まえ、一定の見直しをした上で2年間延長する。

同法に基づいて事業再構築計画等の認定を受けた事業者が取得する事業革新設備の特別償却制度の1年間延長を求めているもの（全業種）。

- (7) 減価償却制度の抜本の見直し（所得税 法人税）

残存価格及び償却可能限度額を廃止する。減価償却制度について、償却可能限度額を

撤廃し、全額償却可能とするとともに、償却年数を諸外国に劣らないものに見直すなど、事業者にとって使いやすい制度に改めることを求めているもの。

- (8) 国民生活金融公庫等の統合新機関設立に伴う税制上の措置（法人税 その他）

新政策金融機関設置法案（仮称）の内容を見て検討する。

国民生活金融公庫、中小企業金融公庫、農林漁業金融公庫及び国際協力銀行の統合新機関設立に伴う税制上の所要の措置を講ずることを求めているもの。

2. 地方税関係

- (1) 産業活力再生特別措置法に係る不動産取得税の特例措置の適用期限の延長（不動産取得税）

産業活力強化特別措置法案（仮称）を見て検討する。

同法に基づいて事業再構築計画等の認定を受けた事業者からの営業譲渡に基づく不動産取得時における不動産取得税の6分の1を軽減する特例措置の適用期限の1年間延長を求めているもの（全業種）。

- (2) 国民生活金融公庫等の統合新機関設立に伴う税制上の措置（不動産取得税 その他）

新政策金融機関設置法案（仮称）の内容を見て検討する。

国民生活金融公庫、中小企業金融公庫、農林漁業金融公庫及び国際協力銀行の統合新機関設立に伴う税制上の所要の措置を講ずることを求めているもの。

- (3) 固定資産税の課税評価額の見直し（固定資産税）

資産課税としての性格を踏まえ、現行の評価方法を維持する。

減価償却制度の抜本の見直しに合わせ、固定資産税の課税評価額の見直しを行うことを求めているもの。

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 恵阪 寿人

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。

引き続き動きが見える生活衛生関係営業の設備投資

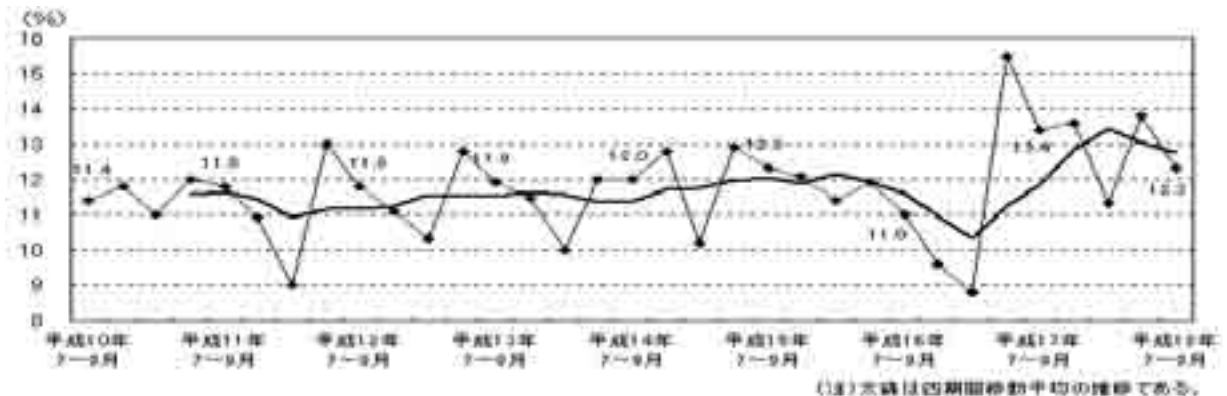
今期の設備投資実施割合は12.3%と、7～9月期としては平成10年以降で最高だった前年同期に次ぐ高い割合（前年同期比1.1%低下）となりました。

設備投資金額は500万円以下の小口投資が多いものの、低水準が続いていた生活衛生関係営業の設備投資は、引き続き動きが見られます。

設備投資実施は引き続き動きが見える

今期に設備投資を行った企業の割合は12.3%と、7～9月期としては平成10年以降で最高だった前年の13.4%には及ばなかったものの、それに次ぐ高い実施割合となりました。

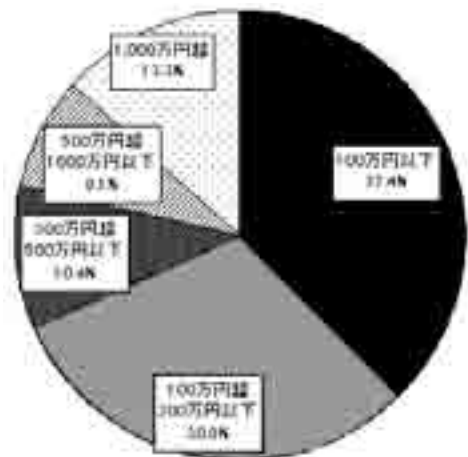
図1 設備投資実施割合の推移



設備投資金額は小口が主体

設備投資を行った企業の投資金額を見ると、100万円以下が37.4%（前年同期38.5%）、100万円超～300万円以下が30.8%（同26.9%）、300万円超～500万円以下が10.4%（同8.1%）と、500万円以下の投資の割合が78.6%（同73.5%）と上がりました。一方、500万円超～1,000万円以下は、8.1%（同11.4%）、1,000万円超では13.3%（同15.1%）といずれも割合が下がりました。

図2 設備投資金額

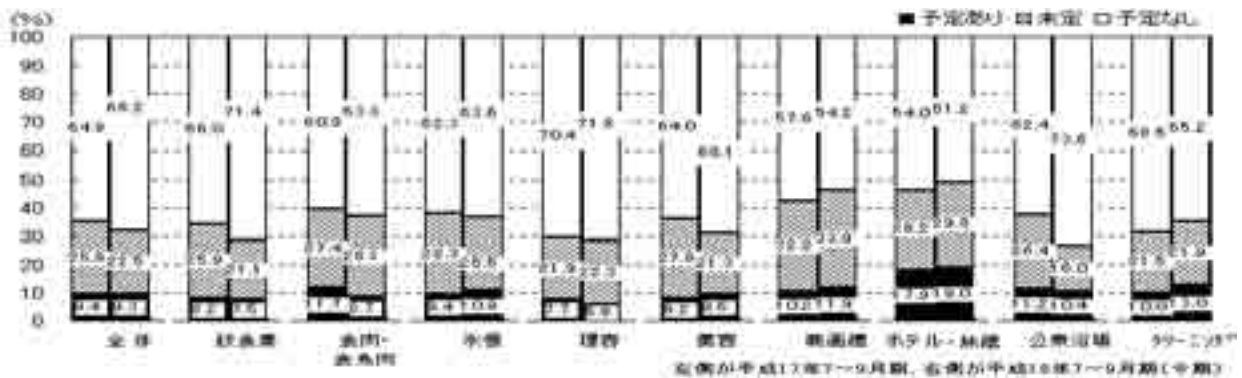


来期以降1年間の設備投資計画は前年同期比で微減

来期以降1年間の設備投資計画について、「予定している」企業は9.3%（前年同期9.4%）、「未定」22.5%（同25.8%）、「予定なし」は68.2%（同64.8%）となっており、前年同期と比べて「予定あり」が0.1、「未定」が3.3と、それぞれ減少しました。

設備投資を「予定している」企業を業種別に見ると、「ホテル・旅館業」19.0%（前年同期17.9%）、「クリーニング業」13.0%（同10.0%）、映画館11.9%（同10.2%）の順となっています。

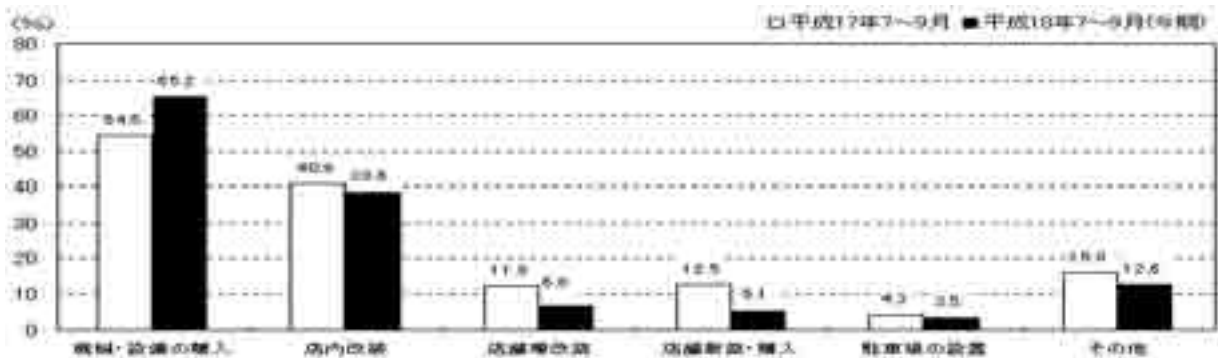
図3 来期以降1年間の設備投資計画の実施予定割合（業種別）



設備投資計画の内容

設備投資計画の内容は、「機械・設備の購入」65.2%（前年同期54.5%）の割合が上がった一方、「店内改装」38.6%（同40.9%）、「店舗増改築」6.8%（同11.9%）、「店舗新築・購入」5.1%（同12.5%）の割合は下がりました。

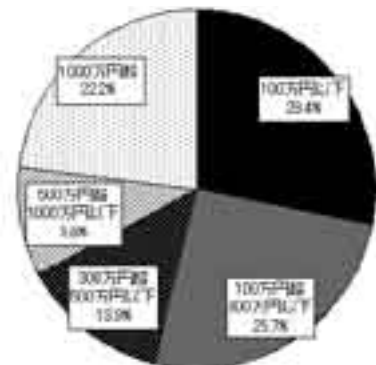
図4 設備投資計画の内容（複数回答）



設備投資予定金額も500万円以下が多い

設備投資予定金額では、500万円以下とする企業が、全体の68.0%（前年同期71.7%）を占め、その中では100万円超～300万円以下が25.7%（同34.7%）、100万円以下の設備投資予定金額は28.4%（同27.4%）となっています。

図5 設備投資予定金額



自覚・対処能力のない若者が標的に

<社団法人全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 中庄とみえ>

国民生活センター刊「消費生活年報2006」によると、消費生活相談の年代別相談者は20歳代以下の若者が15.7%、契約当事者では20.2%を占めています。これは、トラブルに自覚がない、あるいは対処できない若者を心配した家族など周囲の人が、代わって相談することが多いためと考えられます。

また、消費生活相談では若者に顕著な相談事例があり、若者がターゲットになっている商法があります。いくつかの事例を紹介し、今、若者が置かれている現状をお知らせしたいと思います。

相談事例

事例1 不当請求

インターネットでアニメサイトを探してアクセスした。ゲームに参加するつもりでアニメのキャラクターのボタンを押したところ、アダルトサイトに登録されてしまい、登録料3万円の請求画面になった。間違って登録したことを申し出ようと、連絡先のフリーダイヤルに電話をした。管理者と名乗る人物が出て、私のIDがないので解約できない。もう一度登録後に電話連絡し、メールも送信するようにといわれた。未成年者という身分証明書の送付も求められた。母親に相談して要求には応じていないがこわい。(15歳・女性・学生)

事例2 架空請求

携帯電話に連日、覚えがない情報番組の未払料金を請求するメールが送信されていた。昨日、電話で直接50万円を請求された。すぐ入金なら半額でよいが、支払わないと別の業者の手に渡り、更に高額な請求になるといわれた。支払わないといけないうか。

(26歳・男性・会社員)

事例3 アポイントメントセールス(訪問販売)

雑誌でエステの無料体験の広告を見て、サロンに電話で申し込んだ。にきびが改善するといわれ、超音波の施術と化粧品を契約した。施術に向くたびに、別の施術のコース、美顔器、健康食品など次々に勧められ、契約してしまった。施術の効果を持続するために必要といわれ、断わり切れなかった。支払総額が200万円を超え、月に12万円もの支払いになった。学校に通わずアルバイトをしても賄えない。信販会社から支払いの督促状が届き、親の知るところになった。解約したい。

(22歳・女性・学生)

事例4 内職商法(業務提供誘引販売取引)

在宅ワークをインターネットで検索し、何社かに資料を請求した。資料の到着前に、1社から電話があった。仕事はパソコンの入力で、2時間で1単位のトレーニングを50単位終了後、簡単なレベルチェックに合格すれば月に4万円~5万円の収入になる。そのために教材が必要だが、支払いはトレーニング中にもできる仕事の収入で大丈夫との説明だった。36万円のビデオソフト教材を一括払いで購入し、トレーニングを終了したがレベルチェックに合格できない。仕事は1度もしていない。勧誘時の説明と違うので解約したい。

(女性・25歳・家事)

事例5 マルチ商法(連鎖販売取引)

勤務先で知り合った女性からサイドビジネスを紹介すると誘われて、事業者のセミナーに参加した。仕事は通信機器とそのシステムの販売代理店になることだった。配下に代理店の組織をつくることで大きい収益が見込めるとの説明だった。代理店になるためには、48万円の機器を購入し、代理店加盟が必要とい

消費生活相談の現場から

われた。他の人を勧誘することは無理という、女性の上司から「勝ち組になろう」「儲かるようにするから」と励まされた。乗り気ではなかったが、クレジットを組み代理店になった。結局、事業者の協力もなく1人も勧誘できなかった。月々、クレジットの代金と加盟手数料の3千円が引き落とされ、生活が苦しい。解約したい。

(24歳・男性・店員)

事例1、事例3は母親、事例5は職場の先輩に促されての相談でした。

事例1、事例2は、若者に限らないトラブルですが、耳元で脅されて個人情報漏らしてしまったり、納得がゆかないにもかかわらず請求に応じてしまうのは、若者に多く見られる現象です。架空請求・不当請求の大半は、契約不成立と考えられ支払いは不要です。

事例3は、軽い気持ちで無料体験に応募したばかりに、学生生活が破綻に至るほどの事態を招いたという相談でした。

事業者は、消費者契約法の“断定的判断の提供”など契約取り消しの事由は認めませんでした。セールストークの問題点、相談者の状況から既払い金放棄での解約を提示しました。弁護士による法律相談を勧めましたが、相談者は一刻も早く通常の生活に戻りたいとの希望が強く、事業者と合意しました。

事例4は、事業者の説明を信用して努力した結果の相談であったため、相談者は粘り強く消費者契約法の“不実告知”などによる取り消しを求めました。2ヶ月に及ぶ交渉の末、既払金が、一部差引かれたものの分割で返還されることになりました。2回目の返還期日の直後に、事業者が特定商取引法に基づく取引停止の処分を受け、今後の返金に影を落としています。

事例5は、一向に衰えないマルチ商法の相談です。不安を抱えながらも「儲かる」という言葉の魅力に抗えず、トラブルに巻き込まれています。このケースでは、契約書面が相談者に渡されていないことがわかり、書面不交付でクーリングオフの通知を出し受理されました。

まとめ

消費者相談の事例で見る若者は、携帯電話をフル活用し、インターネットの利用にたけていても、対人関係は苦手なようです。同時に、契約に無造作、金銭に淡白、人の話に無批判です。そんな若者がトラブルに見舞われ、相談員と契約内容を時間をかけてたどる過程で、自分自身の行為が客観的に見えるようになると、たどたどしいながら、事業者と対峙する姿勢が出てくるのです。独断を恐れずにいうなら、若者が生まれて初めて他者と、かくも熱心に自分のことを話し合った経験の成果ではないかと思えます。また、こんな瞬間が相談員の醍醐味でもあります。

若者を取り巻く消費生活の環境は、携帯電話・パソコンのますますの多機能化により豊かさを増す一方、増加するハイテク犯罪、法の目をくぐり進化する悪質商法の脅威など困難が予想されます。今後も、消費生活相談の場が、若者の知識と経験を豊かにさせる教育の場ともなるよう努力したいと思います。

注：①消費者契約法では、事業者の不適切な行為により消費者が誤認、困惑して結んだ契約は取り消すことができると定めています。

②“クーリングオフ”とは、訪問販売など不意打ち性の高い取引について、8日・20日など一定期間内に書面で通知すれば無条件で契約を解除できる制度です。

特相員だより——街の知恵、地域の心



官製談合事件がかき入れ時に冷水、善後策に追われる

□宮崎県飲食業生活衛生同業組合・特相員□

阿南 公男

宮崎市内ですし店を営業している私は平成12年から飲食業組合の宮崎支部長と特相員を務め、やりがいを感じながら組合員の皆さんのサポートをしています。

宮崎市は自然と歴史に恵まれ、気候は温暖、「観光宮崎」が売りものです。特にプロ野球のキャンプ、ゴルフのビッグ大会の季節は全国のファンが押しかけ、他の観光都市とは一味違ったにぎわいを見せます。

そこで組合は市観光協会と連携して、タイガーウッズも参加する「ダンロップフェニックストーナメント」と日本女子プロゴルフ「リコーカップ」最終戦がやってくる11月の前後4か月、“みやざきゴルフマンズ”のキャンペーンを展開して飲食業の活性化を図っています。

相談業務では1昨年から若い人の

開店資金借り入れとそれをきっかけにした組合加入が増え、組合員減少を食い止めている状況です。

待ちの姿勢では組織は衰退するばかりです。

そこで①よい食材を安く共同購入する地産地消②冠婚葬祭や病気・事故があった時に見舞金を出す互助制度③経営相談のさい弁護士に私的な相談もできる「何でも相談」④全国向けのホームページ充実などで、組合の魅力アップをめざしています。

ところがその矢先、県の官製談合事件が飲食業を直撃しました。県職員に忘年会・新年会の自粛令が出たからです。暮れには予約取り消しが相次ぎ売り上げは半減でした。

私たちは直ちに自粛解除を要望しましたが、深刻な状況は収まらず、行政が地域活性化に水を差すという異常事態の善後策に追われています。

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



食鳥肉販売業



氷雪販売業



原産業



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.kakukin.go.jp/>

◆クリーニング展示会開く

アジア最大のクリーニング展示会「クリーンライフビジョン21-2006年東京大会」が昨年11月24日～26日開催され、3日間で延べ来場者数は前回東京大会（2004年）を上回る3万1382人に達した。

今回の展示会では各社から新たなシステム提案や新製品の出品が目立ち、来場者からは「多くの商談が成立した」「購買意欲の高いお客様が多く、活気が感じられた」などの声が聞かれた。展示場内に設けられた3会場のセミナーにも多くの来場者が訪れた。

また、大会初日にはアイロン技術を競う「全国ワイシャツ仕上競技大会」＝写真＝が開催され、全国10ブロックからの代表が15分間で2枚のワイシャツをたたみ・立体で仕上げる華麗な技を競った。



◆愛ちゃん“イメキャラ”登場

全国旅館生活衛生同業組合連合会はこのほど、全国の組合加入施設のPRに「人に優しい宿（シルバースター）」や「こども110番の宿」のキャンペーンとして、卓球の福原愛選手をイメージキャラクターに選んだ。

全旅連では「いい宿、いい旅、いい出会い」などのキャッチコピーで福原愛選手を登場させたポスターや2007年版

カレンダーなどを作成。ポスターは全国約2万軒の組合加入旅館・ホテルに、またカレンダーは約1千軒のシルバースター登録施設に配布。さらに「宿ネット」での告知やキャンペーンチラシをお客様に配布するほか、テレビに繋いで楽しめるゲーム「愛ちゃんに挑戦！ エキサイトピンポン」（エポック社）を抽選で100名様にプレゼントする。

（全旅連公式サイト「宿ネット」）
<http://www.yadonet.ne.jp>

♥ベスト・ヘア賞に長澤まさみさん

注目の「2006ベスト・ヘア賞」の発表と表彰式が昨年10月17日、岩手県・岩手産業文化センター アピオで行われ、映画やテレビなどで大活躍中の女優、長澤まさみさん＝写真＝が選ばれた。

なお、これまでに受賞した方々は、05年

が上戸彩さん、04年が石川亜沙美さん、03年が優香さん、02年が米倉涼子さん、01年が菊川怜さんのみなさん。



兵庫県生活衛生営業指導センター

神戸市中央区中山手通
7-28-33
兵庫県立産業会館2階
理事長 奥田 眞氏
事務局長 横山 安雄氏
職員数 4人
(うち経営指導員3人)
電話 078-361-8097
URL <http://www.seiei.or.jp/hyogo/>



奥田 眞
理事長



センターの皆さん。(前列右より) 横山安雄事務局長、福本光良経営指導員(後列右より) 立田壽経営指導員、富田孝子事務職員

けたいとしている。

ては見つからない。

日本列島のほぼ中央部に位置する兵庫県。人口は約585万人、多い方から8番目の県だ。異人館の建ち並ぶ港町・神戸市、国宝姫路城を有する姫路市、また城崎温泉を始めとして温泉も多く、親しみ深い県の一つといえよう。

また、去年は皇室に41年ぶりに男子がご誕生。日本中が喜びのニュースに包まれたが、とりわけ兵庫県では、県の鳥がコウノトリで、豊岡市にある県立コウノトリの郷公園での秋篠宮ご夫妻の放鳥式典後のご懐妊とあって、喜びもひとしお。同公園では入場者が急増というニュースも伝えられている。

さらに、去年は国体も開催されるなど、大きなニュースも多かった。兵庫県生活衛生営業指導センター(以下、指導センターと表記)によると、全国的な傾向となっている組合員数の減少傾向はここも同じだ。県との連携を深めることに力を注ぎ、パイ役として組織強化を進め、結果、組合員数の増加に結びつ

■組合員、2年で10%減

JR元町駅から徒歩約15分、指導センターの入る県立産業会館には理容師美容師試験研修センター兵庫県支部も事務所を構える。県庁とは徒歩5分程度の距離で、官庁街に立地している。横山安雄事務局長にお話をおうかがいした。

同県の生活衛生同業組合には、理容、クリーニング、美容業、旅館・ホテル、公衆浴場業、鮪商、社交飲食業、麺類食堂業、食肉、喫茶飲食、料理業、飲食業、食鳥肉販売業の13組合があり、興行協会と中華料理業組合がイベントなどでの協力体制にある。

「センターと、各組合員の接点は決して強いとは言えませんが、15組合はそれぞれ熱心な活動を続けています」と横山事務局長。組合員数は平成18年8月現在で10,038人。同16年12月には11,360人で、1年半で約10%減少した。なんとか歯止めをかけたいところだが、有効な手だ

■多彩な各組合イベント

しかし、各組合での組織力は強く、毎年秋に開く振興事業の一つ「食の総合フェア」では8組合が連携した「県全料飲生活衛生同業組合連合会」が主体となって、1 去年は会場に約3,000人が訪れた。

「食の総合フェア」は、震災からの復興と長期にわたる経済の低迷を乗り越え、衛生水準の向上、商品知識並びに技術の向上、設備などの改善、経営の合理化・活性化を推進し、広く一般消費者にもPRを行うため開催されてきた。厨房機器や、設備機器、食品・容器関係、機械の展示即売を行う「飲食店営業用品の総合展示」、プロによる料理の作り方や調理器具の使い方を紹介する「秘伝コーナー」は消費者にも人気が高かった。

また、クリーニング業の講習会、研修会への参加率も高い。個々の事業者の向上心が参加に通じ、消費者とのトラブルや苦情も少ないようで、効果をあげ

県と各組合のパイプ役として大きな役割

ていると胸を張る。組合を通じて、非組合員の事業所にも声をかけるようにしており、地道な努力が功を奏するのを期待したい。

その他、各組合の取り組み事業は、食鳥肉の国産チキンを養護施設に提供して行った「焼き鳥・から揚げの実演」、美容業の「化粧着付帯結びの技術コンテスト」、「和服の基本着付の講習会」、鯨商の地域の人たちや子どもを対象にした「料理・巻きずし・握りずしの講習会」、麺類食堂業の「そば畑見学と手打ちそばの学習・試食会」、中華料理業が一般消費者を対象に「中華料理の調理方法の実習」などがあり、研修会も多数開催されている。

■宿泊施設にAED設置

昨年の秋には「ありがとう・心から・ひょうごから」をスローガンに「のじぎく兵庫国体」と「のじぎく兵庫大会」が、成功裡に閉幕した。県民が団結して震災復興へのお礼とおもてなしに努めた両大会。選手団や大会関係者の宿泊や食事など、おもてなしには生衛業関係者が携わるウエイトが非常に大きい。特に、井戸敏三兵庫県知事の肝いりで行われたのが宿泊施設へのAED（自動体外式除細動器）の設置だ。

「センターも県をバックアップ、約450の施設を対象として、

333の施設に設置できた」と横山事務局長。また「全県的に衛生への注意や意識が高まって、食中毒などの報告は1件もなかった」と言う。

両大会の成功を受け、兵庫県の生衛業界が連帯感を強めた事は間違いない。

■全国初の条例に他県も注目

そしてもう一つ。平成18年4月、県では全国で初めて「食の安全安心と食育に関する条例」を制定・施行した。県民の健康保護と増進、ひいては豊かで活力ある社会の実現を目指すもので、平成19年1月には広く県民の意見を求める（パブリック・コメント）など、スタートしたばかりで、取り組みはまだまだこれからと言える。

しかし、食品・食材を扱う事業者との連携は必至だ。昨年の県生活衛生業組合連絡協議大会においても、「県民生活の安全安心を考えたときに皆さんのネットワークで対処していく態勢を作らせて頂きたい」と井戸知事もあいさつ。横山事務局長は「県と各組合、組合員のパイプ役としてセンターの果たす役割は大きい」と、これまで以上に県との連携を強めていく必要を感じている。

今後、他府県でも同様の条例が制定される場合も考慮すれば、先進事例として兵庫県への注目度も高まるはず。他県に先

駆けた模範を示せるよう、県との連携を図った活動に期待したい。

■今年は25周年の記念の年

新規開業に伴う融資の相談については、平成14年度が286件、平成15年度には288件、平成16年度は212件であったが、平成17年度は150件と大幅にダウン。

「新規開業が少ないことと、景気は良くなったと言っても実感がなく、設備投資を差し控える傾向のため」と横山事務局長は分析する。決して敷居が高いわけではないが、気軽に相談してもらうためにも「個々の組合員さんとの接点を強くしたい」と考えている。その方策は模索中とのことだが、今年は設立25周年を迎える記念の年になる。組合員や消費者、そして組合に加盟しない事業者へアピールする機会ともとらえ、記念行事などを開催する予定。



指導センターが編集発行する兵庫県生活衛生ニュース「SEIEIリンク」

山里にひっそり佇む和蠟燭の町



地元の生活が息づいている内子の町並み

JRの松山駅から特急で25分、内陸部へ入ったところに内子町がある。内子町は江戸から明治にかけて和紙と和蠟燭で栄え、八日市護国には往時の町並みが残されている。

その一角に大森和蠟燭店があり、そこで溶かした木蠟（ジャパンワックスとも呼ばれるハゼノキの果実の脂肪）を手ですくい、灯心を回しながら年輪のように幾重にも塗り重ねて作る工程を見学できる。この和蠟燭の原料である木蠟の生産で財を成した豪商

ぶらり旅・ きまま旅 〈11〉

旅行ジャーナリスト
佐々木 いつか

の家が、八日市護国の町並みの中に何軒か残っている。

八日市護国の町並みは約600メートル続き、約120軒の家々が建ち並ぶ。

このうち約90棟が伝統的な民家で、浅黄色と白漆喰で塗りこめられた重厚な壁、うだつ、なまこ壁、鏝絵などの造形が興味深い。通りを散策していたとき、近所に回覧板を届けた婦り道の男性から声をかけられ、少しの間、話を聞くことができた。

「町並み保存地区

内の家々は、もう古い家ばかりなので、手を入れなければならぬところがたくさんあるんですよ。でも、普通りのやり方で修繕しなければならず、けっこう経済的にたいへんです」と、歴史的景観を守りたいへんさを話してくれました。

実際にそこで生活している人にとっては、保存地区に指定されたばかりに、暮らしぶりもいろいろあるだろう。ゆったりと、やわらかな空気が流れる中に、町の裏の姿があることを知った。それでも、通りで挨拶をかわす地元のおばさんたちの声を聞くと、倉敷の言葉と似たところがあり、田舎を思い出して懐かしさがかみ上げてくる。

この町並み保存地区と、大正時代に建てられた芝居小屋・内子座の中間地点あたりに、八幡神社がひっそりと佇んでいる。気をつけなければ通り過ぎるところだが、11月下旬に訪れたときはイチヨウの木の下葉が盛りで、近くに

ある学校の体育館の屋根よりも高く聳える姿に目を奪われて拝観した。木の高さばかりでなく、大人の手のひらよりも大きな葉っぱのサイズにも驚かされた。

内子駅から内子座、八幡神社、町並み保存地区とゆっくり周って約2時間。少々疲れしてきた帰り道、保存地区の入り口辺りにあった「森文あま酒茶屋」で一休み。内子の散策マップを見てみると、「曾我十郎五郎首塚」という文字に釘づけになった。

曾我十郎五郎首塚は、内子町の案内書によると、日本三大仇討ちの一つとして有名な『曾我物語』で知られる曾我十郎祐成の首塚だという。歌舞伎の演目にもたびたび曾我ものは登場するので行ってみたいと思ったが、飛行機の間が気になって足を伸ばせなかった。ちゃんと下調べをして時間に余裕をもっていればと後悔しても遅い。次の機会に楽しみにして、再び松山駅に戻って空港へと急いだ。

○月×日

ミクシィで近況報告するのが最近の私の日課になっている。

ミクシィはインターネット上で会員の紹介を受けて入会する。これは無料。招待されると、まずは自分のホームページを作成する。本名、ニックネーム、そしてプロフィールを書く。別に実名でなくてもよく、匿名性があるから不安はない。そこへ友人をマイミク、つまり招待することで私が書き込んだ日記などを読んでもらえるのだ。つまり、この「生衛ジャーナル」とミクシィの両方で日記を書いていることになる。

書き込みができる点は掲示板やブログと違いはあまりない。ミクシィが違うのは自分のトップページを開設できること。ホームページがある感覚で、自分を中心にバーチャルな世界を広げる。

働く女性のこだわり日記



友人のトップページを覗くとその人の意外な趣味や交友範囲が分かって、今まで知らなかった一面を見ることもある。日記以外に書評の欄があるので、読んで面白かった本を紹介することもできる。また親しい友人が最近読んだ本が

ミクシィで気軽に連絡

わかる。こうした内容はいちいち連絡して聞き出すことなどまずないが、気になるし、その人に近づけた気分だ。私の日記の内容は、旅行先での体談や、日常の可笑しな出来事、腹に立ったことなど。「こんなことがあったら、

どうしますか？」といった文面でしめくくれば、共感してくれたマイミクが、感想や意見を書き込んでくれる。

いちいちメールするほどの内容でもないが、他の人の意見が聞きたい時や、励ましの言葉がほしい時などは好都合。共感した人たちだけで話が展開するので、忙しい友人の時間を使わせるといった気兼ねがない。みんな忙しいのは分かっています。

また近日中の旅行や出張の予定、「怪我をした」、「親知らずを抜く」など自分から連絡する話題でないものを告知しておく。そうすれば、最近会っていない知人たちとの久しぶりの飲み会などでも、日程調整がしやすいという便利さもある。

ミクシィの会員数は660万人。実に様々なコミュニティがあり、私は好きなテレビドラマのコミュニティを検索し、入ってみた。すると気

になる役者の過去の出演作や放送時間の変更など自分1人では入手不可能なニッチな情報をゲットできる。また知りたい情報があつたら質問を書き込む。そうすると実に驚く程の速さで回答を書き込んでくれる「親切な」人たちもいる。この段階になると、顔の見えない人たちと交流するわけで、大海原に漕ぎ出したことになる。

出身校で検索するなどして、音信不通になっていた友人と再会できることもある。また友人の中にはミクシィ上で友達になり、家にまで遊びに行つた人もいる。同性同士でお互いに仕事の内容や趣味が同じだった。交友の範囲が広がり、彼女も満足した様子だ。「ミクシィを利用してビジネスを展開」という勉強会を見つけた。使い方しだいで、簡単にターゲット層にアクセスできるツールなのだ。
(英字誌記者 高樹 かほ)

(財)全国生活衛生営業指導センター賛助会員
(50音順、1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

♪ 各地で飲酒運転による悲惨な交通事故多発を受け、今年の年始年末における飲酒運転取締りは例年になく厳しいものになった。取締まり強化は全国の飲食業の経営者に厳しい経営を強いているが、一部には「このままではいけない」と飲酒運転追放のため積極的な対策を打ち出す組合が出始めている。

例えば、徳島県社交飲食業組合では、運転代行業者6社と協定を結び、1枚500円の割引チケットを作成、客に配布して飲酒運転追放を呼びかけている。割引分は飲食店が8割、代行業者が2割を負担する。また、福島県社交飲食業組合では「飲酒運転追放宣言店」のステッカーを組合員の全店入口に掲示している。

こうした代行運転の普及などの具体的な対策は、経営者やスタッフによるお客様への協力要請のさい、それなりの“説得力”を付与することになる。

全国的な広がりを期待したいところだ。

小さなクロスワードパズル

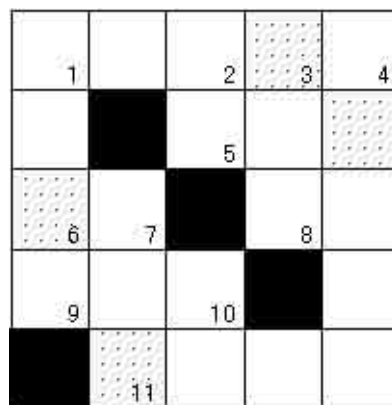
(模様付きの枠に入る文字を並べ替えて言葉を作きましょう)
ヒント：1・2月にちなんだ花です

【よこのかぎ】

1. 寒さに耐えて…。
5. 威光と信望。
6. 七草の一つ。
8. 「○○の大食い」
9. 籠に入れて飼います。
11. 氷の上をスイスイ。

【たてのかぎ】

1. できあがり。
2. 「○○は身を助く」
3. 身体を診てくれます
4. ここにプラグを差し込みます。
7. シャンプーのあとで。
10. 湿った場所に生えます。



(答えはこのページのどこかに)

生衛ジャーナル

1月号 平成19年1月発行 通巻369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=スイセン)

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。