

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

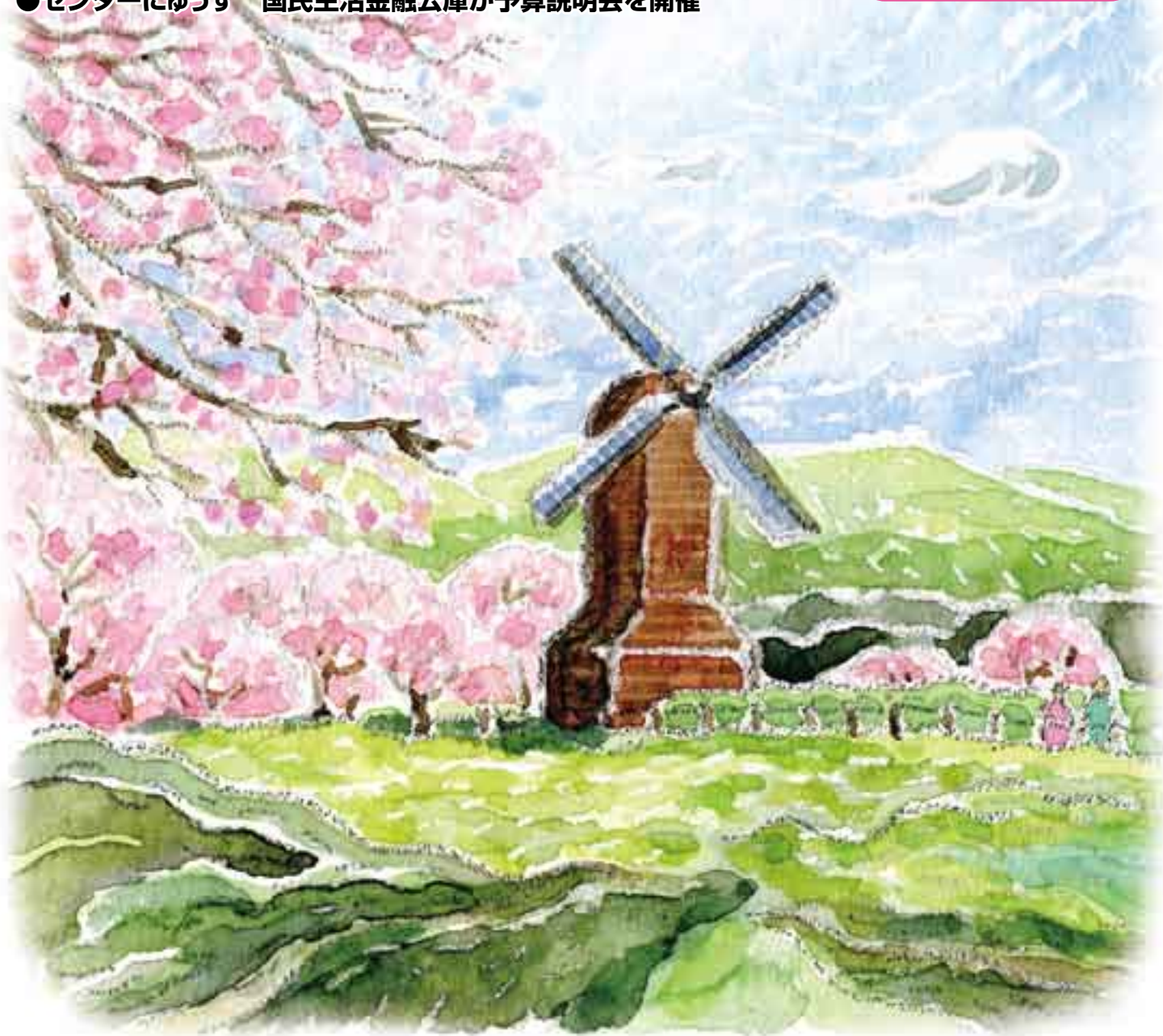
年間テーマ

「広げよう 元気の輪、地域の輪」

- 特集 教室を開く
- 時の話題 ICカード乗車券
- センターにゆうす 国民生活金融公庫が予算説明会を開催

2007

3



C O N T E N T S

巻頭言	1
特集 教室を開く	
総論	2
お店探訪	3～9
時の話題 ICカード乗車券	10
センターにゆうす	11
国民生活金融公庫が予算説明会を開催	
各業種全国連合会の全国大会・総会開催予定表	
厚生労働省から	12～13
景気動向調査の概要	14～15
消費生活相談の現場から	16～17
特相員だより	18
せいえい短信	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〈12〉	22
働く女性のこだわり日記	23
編集室から	24



群馬県勢多郡大胡町で
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

感性を豊かにする 蕎麦打ち



蕎麦教室で教える大浦さん（右端）

今まで千葉の手打ちの蕎麦屋の本は、雑誌には何軒かの掲載はありましたが、書籍としてはありませんでした。今回、埼玉の幹書房から千葉の蕎麦屋の本を出版したいという話があり、蕎麦打ち仲間として親交のあった前千葉県副知事の大槻幸一郎さんの後押しもあり、出版することが出来ました。

私の蕎麦との出会いは、両親が無類の蕎麦好きということもありまして、子供の頃に近くの老舗の蕎麦を食べたのが始まりです。社会人となり、東京で手打ち蕎麦を食べて、子供の頃の蕎麦と違うと思い始め、池波正太郎の世界じゃないですが、神田界隈の老舗や浅草等の蕎麦屋を食べ歩いてまいりました。

25年ほど前に、食べるだけでなく自分でも打ってみたいと思い、長野県の「信州戸狩ふるさとそば園農作祭り」という催しで蕎麦粉を手に入れて打って見たのが始まりです。仕事の関係で千葉に戻って14年になりますが、仕事が県内の営業ということで、昼食に手打ち蕎麦の看板を見るとすぐに飛び込んで「もり」と「かけ」を注文。「もり」の蕎麦と辛汁と薬味のバランス、出しのよし悪しが分かる「かけ」で判断してネタ帳を付けてまいりました。2回目以降は、天ぷら蕎麦等色々注文していました。そして120軒くらい食べ歩いた5年ほど前に「『千葉の手打ち蕎麦100選』を出版したい」と思っておりました。

その後、出版できないで悶々としていたのですが、食べるより打つ方が忙しくなってきた、蕎麦会・蕎麦教室・出張蕎麦打ちと、食べ歩く時間がなくなってきてしまいました。そして今

回出版の話があり、再度確認のために200軒ほど食べ歩きましたが、その中には取材拒否の店もあり、閉店した店もあり、ここ1～2年の新しい店もありで、色々大変でした。出版社との打ち合わせでも、単においしいだけでなく、店舗構え、雰囲気、接客態度等を考慮しまして73選にまとめました。

今までも色々な人から「千葉で一番おいしい店はどこですか」と訊かれますが、「お薦めはありますが、人それぞれの好みがありますので、自分の舌で一番を決めてください」と答えることにしています。

団塊の世代が定年後にやってみたい趣味は、蕎麦打ちと陶芸だそうです。私も団塊の世代ですが、東京勤務だった千葉都民が千葉に戻ることになると蕎麦打ちに挑戦する人が増え、ますます蕎麦好きの人が増えることになります。

蕎麦打ちは簡単に思えますが、打つたびに出来が違います。蕎麦粉とツナギと水だけの材料で、あの細い蕎麦にするわけですから、単純ですが、技術の差が出る面白いものです。蕎麦打ちは五感を駆使しますから、感性を豊かにします。食べておいしいし、健康にも良い、素晴らしい健康食だと思います。

本の出版後の反響も上々で、拙著を片手に若い女性たちが食べ歩いていると聞き、嬉しい限りです。

これからも千葉の蕎麦文化に何らかの貢献ができればと思っております。



特集 教室を開く



“満腹時代”のいま、顧客は何を求めているのか 自店の経営内容は従前のままでいいのか 目指せ！ マンネリ経営からの脱却

日本大学経済学部講師 池田 光男

今号のテーマは「教室を開く」である。

ここで取り上げている教室とは、集客の一つの手段として生衛業の業者が行っている新たなサービス提供としての教室のことである。

お客あつての商売である以上、顧客をいかに集めるかが経営の基本課題である。ところが、その顧客数が減少しているから、事は深刻である。「お店探訪」の事例の中にも出てくるが、“流れに任せては、ますます衰退するばかりだ”とか、“組合員の元気がない”など、客数の減少に端を発する危機感が表れている。

現在は物があふれている時代であり、何を売ればよいのか不透明な時代になっている。飲食業を見ても、顧客はただ単に食べればよいという時代ではなくなっている。どの店に行っても標準化された飲食物がある。しかも、種類は豊富だ。最近の消費者は、そのような経営に従前ほどの価値を認めない。横並び商法には飽き飽きだ。そこで登場するのが「お店探訪」3事例に見られるように、本業を活用したサービスの提供、つまり教室の開催である。

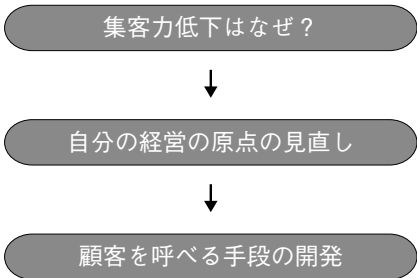
この3事例で評価したいのは、独創性と新鮮さを用いて、単純反復経営から脱出する精神の発揮である。「日本料理一二三庵」では、ただ単に和食を提供するだけでなく、料理教室の拡充と質的向上を図ることで、日本文化の承継に努め、あわせて集客力を高めている。

「吉塚市場」では、敗者にならないよう新たな工夫で教室づくりに積極的に取り組み、集客増に結び付けている。継続は力なりと2年

目の運営計画に取り組むなど、組合員各自のやる気の向上、組合員同志の結束力の高揚などが、今後どれだけ集客増に寄与するか楽しみである。

「すしフレンズ」では、「やったことのないことをやってお互いに刺激し合い、パワーをつけよう」と意思統一を図っている。さらにブログなど新しいサービスの提供にも取り組んでいる。すし店離れの修復に一步一步着実に歩み出している。

最近、集客数の低下を当然と思いがちな経営者が少なくない。その原因を大型店との競争激化、低価格店の進出や顧客の好みの変化など外部要因に求めがちである。しかし、実は経営者自身にも問題があるケースが少なくない。外部環境が変化しても、自店の経営の内部について見直しを行わないのである。このため、時代の変化に対応しきれず、過去の固定した型にはまり込んでしまい、独創性と新鮮さを失っているのが、顧客は逃げるばかりである。生き残るための鍵はマンネリから脱却し、前向きな経営に取り組むことである。「教室を開く」のも、その1手段である。



日本の心 伝えたい

ひふみあん
日本料理 一二三庵

住所：東京都文京区千駄木4-2-18 女将：近藤陽子さん 電話：03・5832・8677

営業時間：18：00～22：30 定休日：月曜日 URL：http://www.hifumi-an.com



お店探訪

東京・千駄木にある日本料理の一二三庵は、古き良き時代の日

本を思わせる佇まいで、お客を持てなす店だ。伝統を重んじ、それを後世に伝えることを目指した女将と料理人が每晚限定2組のお客に心をこめたおもてなしを繰り返す。そして「手料理で家族やお客様をもてなしたい方ならどなたでも」と入門、中級、上級クラスの料理教室も開いている。(文中、敬称略)



① 隠れ家的な日本料理店「一二三庵」の入口
② 3～4月の店料理メニューの一例

隠れ家的料理店の一二三庵は、住宅街の路地裏に目立った看板も出さず営業していた。玄関に入り靴を脱ぐと、まるで一般の家庭に招かれたような錯覚さえる。

一階と二階にそれぞれ最大6人と8人掛けのアンティークのテーブルが用意され、部屋は古民芸品を中心に落ち着いた和のインテリア



アで彩られていた。店内を流れる、ゆったりとした音楽と現代っぽい照明だけがここが住宅ではないことを感じさせる。

「谷中、根津、千駄木界限で店を開こうと考え、ここをみつけました」と言うのは、航空会社で勤務した後、女将になった近藤陽子。日本の文化を傳承していくことをコンセプトに、料理長の粟飯原崇光と共に店を始めてから5年が経った。店は会員制ではないものの、紹介の客が多く、企業の接待などで1か月先まで予約が入っている。

開店と同時に粟飯原の日本料理教室（お稽古さろん）が始まった。

この日の入門クラスでは、新婚から結婚を控えた若い女性6人が季節のおもてなし料理を学んでいた。「蛤の菜種焼き」^{はまぐり}、「ゆり根のすり流し」、「根野菜いろいろ 胡麻クリームがけ」、「炒り豆ご飯」、そしてデザートには「小豆ショ



講師の亀谷さんからニンジンのネジ梅作りを教わる入門クラスの生徒たち

コラ羊羹」という献立だ。

「ゆり根は晩秋から冬の食べ物だから、もうそろそろ終わりです。これを“名残”と言います」と専属講師の亀谷知子が説明する。粟飯原に弟子入りし、修行を積み「お稽古さろん」の講師を務める。明るく、話しやすい性格で人気の講師だ。

食材の性質や調理の手順の説明を聞きながら、生徒たちは配られたレシピに熱心にメモを書き加えていた。分からないことがあると質問し、補足説明を受ける。

説明が終わると各人にまな板と包丁が配られ、ニンジンのネジ梅作りが始まった。「丸くて、優しいタッチを出しましょう。これは御節^{おせち}を作る時にも使えます」と亀谷が声をかける。

調理が全て終わると生徒たちは好みの器に料理を丁寧に盛り付け、楽しい試食会が始まった。ここでも亀谷から配膳の際の注意点やその他のマナーを教わる。入門クラスの受講料は、1レッスン10,500円×12回の合計126,000円だ。

「日本料理が上手な女性が増えてほしい」という意気込みで始まった教室だが、生徒さんたちからは、「料理を作る機会が増えて、家族との会話が増えました」という声が聞かれる。こうした感想を聞くと、店主は自らが目指す「幸せな家庭づくり」につながっていることを



④ 亀谷講師をはさんでの試食タイム ⑤ 3～4月の料理教室の献立一例



料理長の栗飯原さんの授業風景。生徒には外国人の姿も



確信するそうだ。「結婚が決まりました」という報告を受けることも多いという。

教室の評判は上々で、来店したお客が「娘にも料理を学ばせたい」などと口コミで広がり、生徒の数は現在120名になった。断ることが増えたため、昨秋に東京・神楽坂で2号目の教室を始めた。

一二三庵では外国人駐在員や旅行者、そして海外の料理人からの要望で、バイリンガルの料理教室も開催する。駐在員生徒たちは一流企業のエグゼクティブや弁護士が多く、こうした層の日本料理に対する関心の高さがうかがえる。「日本料理を学びたい」という駐在員の要望を受けて秘書が問い合わせることが多いそうだ。海外からはお抱えのシェフに日本料理を学ばせるため栗飯原を頼ってプロの料理人が派遣されてくることもある。そうしたことがきっかけで、栗飯原が海外で講師を務めるようにもなった。

今後も海外とのコラボレーションを強化すべく、店では国際部をつくり、専属の社員が外国人の対応を行っている。

一二三庵の「お稽古さろん」では料理以外にも着付け、気軽に楽しむテーブル茶道、そして香道など様々な日本文化の教室を開いている。

「今後も日本の文化を受け継ぐことを目標に店と教室の両方に力を入れて、小さい規模のまま、心をこめた対応でお客様とのかかわりを大切にしていきたい」と近藤は語る。



テーブルでのお抹茶レッスン



外国人着付けレッスン

商店の技 講座で披露

「かうひい工房ぺるる」

住 所：福岡市博多区吉塚1-20-3 代表者：小串 武さん 電 話：092・611・7725
営業時間：10：00～18：00 定休日：日曜・祝日 URL：http://www.coffee-perle.com

お店探訪

福岡市博多区にある吉塚市場が昨年、消費者を対象にした「吉塚市場大学」を開設した。消費者の商店街離れを食い止めるイベントの一つで、市場の食材を使って作る料理の体験講座だ。しかも、店主たち自らが講師になりプロの技を披露したことで消費者との距離をぐっと縮めた。講座のコーディネーター役を務めるのは同市場で「かうひい工房ぺるる」を開業している小串武だ。(文中敬称略)



「おいしいコーヒーの入れ方」のテーマで開かれた吉塚市場大学の第3回講座

吉塚市場は博多区内の北部にある地区。

一歩踏み込むと、路地をはさんで鮮魚、野菜、肉、漬物、豆腐、惣菜、駄菓子から衣料、雑貨、花まで約80店がひしめき、日本の市場の原風景を残す商店街である。

しかし最近はめっきり元気を失ってきた。理由は大型店の進出、消費者の生活スタイルの変化、後継者不足。全国どこでも聞かれる“3点セット”だ。

しかし、流れに任せていては市場はますます衰退する。そこで吉塚商店連組合63店は2つの活性化対策を打ち出した。

一つは一昨年スタートした土曜日の「百円均市祭」。加盟店がそれぞれ100円、200円、300円などのパック商品を用意する割引セールである。昨年からは博多の鶏鍋や豚汁を100円で振る舞う「吉塚市場鍋祭」も追加した。

そしてもう一つが組合役員会で知恵をしぼった「吉塚市場大学」だ。

世話役の小串は「市場は豊富な食材とそれを食卓に上げるまでのプロの技を持っているのが強み。それを活用して年代を超えた人と人との出会いの場を創り、商店も地域も一緒に元気になって欲しいと考えた」という。

テーマはだれにも抵抗感がない「食育」とした。講座は昨年7月にスタート、講師の先発には手作り惣菜も売っている鮮魚店のおかみさんが登板した。「旬のアジを活かした簡単料理」のテーマでアジのムニエルの野菜ソースの作り方などを披露、大好評を得た。

以後、毎月第1火曜日に餃子、惣菜の作り方をリレー式に開催。「ぺるる」は第3回目で「食事としてのパンを考える」「おいしいコー

「かうひい工房ぺるる」の外観

店の代表者、小串武さん



から見るだけで、ほとんど副所長と女性スタッフの2人に任せられるようになり、商店街活性化や講演活動に精力を注ぐ毎日だ。

商店街のよさは「きょう

は何がおいしいの」「いまはこれが旬だよ」といったやり取りがお客と店との間で交わされる対面販売。そしてお年寄りが世間話で時間を過ごせるコミュニケーションの場。小串はこの役割を持つ商店街を存続させなければならぬと考え、「大型店進出の影響は大きいですが、彼らが頑張っているのも事実。商店街は昔の繁盛を夢見ず、負けない努力をしなければ」と訴える。

吉塚市場大学は、これから1年間の活動総括と2年目の計画作りに入る。市場の活性化にどの程度結びついたかは今後検証されることだ。しかし受講者に教えた効果より、組合員が結束し、まず自らの意識を高めたことが1年目の大きな収穫ではなかっただろうか。

ヒーの入れ方」を受け持った。

会場は近くのスーパーの2階。毎回、定員いっぱいの約20人前後の老若男女が参加して、確かな手ごたえがあった。

ところで「ぺるる」は一見、喫茶店に見えるが、精神障害を持つ人たちが職業に慣れ、自立できるまでを支援する福岡市の「小規模作業所」を委託されている福祉施設である。だから小串は「所長」と呼ばれる。

実は小串は国立療養所福岡東病院（現国立病院機構・福岡東医療センター）や福岡県精神保健福祉センターに長く勤めた臨床心理のエキスパート。「ぺるる」は第2のライフワークとして、平成15年に人情とふれあいのある吉塚市場に開業した店なのである。

「作業」としてはドイツパンの製造販売を展開している。メンバー15人は交代で懸命にパンを焼き、取引先への納入や街頭販売をする。経営方針は「福祉施設で作ったパン」ではなく「プロが作ったパン」。その目標を遂げるために初心者には半年間の特訓をし、福祉施設では型破りの、仕事に応じた手当で向上心を刺激するシステムも導入している。

この結果、「ぺるる」のドイツパンは納入先の評判がよく、メンバーの社会復帰も高い率で進んでいる。

現在、小串は「ぺるる」の運営は大所高所



あらゆる食品、日用品の店が並ぶ吉塚市場

店主有志がすし教室

鮭大潮

住所：前橋市川曲町634 店主：小嶋 明さん 電話：027・251・8549
営業時間：11：30～14：00（ランチ）、17：00～23：00 定休日：水曜日、第3火曜日
URL：<http://susi-ooshio.blog.ocn.ne.jp/susi/>

お店探訪

「すしフレンズ」という、すし店主の有志が組織するグループが群馬県前橋市にある。郊外型の大規模飲食店や回転すしに押されて「このままでは、個人経営のすし屋がダメになる」と危機感を抱いた市内のすし店主4人が寄り合い、一般向けの「すし教室」を毎年、開いてきた。このほか「前橋の寿司屋情報ブログ」をインターネットに開設するなど、全国的にも例のない“すし店主の自主宣伝チーム”を買って出ている。メンバーの一人、「鮭大潮」店主、小嶋明に話を聞いた。（文中、敬称略）

「すしフレンズ」が結成されたのは、今から3年前。組合の総会があった日、何かもの足りなさを感じた顔見知りの4人が帰り道、集まりを持った。「組合員の元気がない。どこの店もヒマになる一方だ。やったことのないことをやって刺激し合い、パワーをつけよう」と話がまとまり、毎月第4日曜日の深夜、各店持ち回りで寄り合いを開くことになった。

そこですぐに決まったのが、だれでも参加できる「すし教室」の開催だった。平成17年7月と18年5月にそれぞれ開催。参加者は主婦が多いが、中には定年を迎えた男性の姿もあった。会場の都合で参加人員は20～30人とそれほど多くはないが、「店でお客さんと接するだけでは分からない本音の話を聞けた。教えることは、教えられることでもあるんですね」と小嶋は言う。

「すしフレンズ」の会員も現在は7人に増え



昨年5月に開催、30人が参加した「すしフレンズ」主催のすし教室

た。前橋市のほか、伊勢崎市の店主も参加、年齢も30～60代と幅広い。

過去2回は、まだ認知度が低いせいで、教室開催が利益追求と見なされて公共施設を使わせてもらえず、知り合いのイタリアン・レストランを定休日に借りるなどして開催。参加費4,000円で、参加者は魚のおろし方や握り方を体験後、自分で握ったものを食べ、さらに一人前をお土産として持ち帰ってもらった。

「第1回目は材料費、会場費、地元紙への新聞広告掲載費などを引くと赤字だった」ものの「2回目はなんとか赤字を出さずに済んだ。2回とも深夜遅くまで話し合って準備し、反響もあったので、また次も…ということになった」と小嶋は振り返る。

今年の教室は4月11日（水）。前橋市商工会議所のバックアップもあって、会場として前橋市立総合福祉会館が借りられた。「これまでは

「鰯大潮」店主の小嶋明さんと奥さんの有美子さん



会場の都合で煮炊きができなかったが、今度は会館の調理室で開けるので、卵焼きづくりも実演して見てもらうことになっている」という。

今回も会費4,000円で募集人員は約25人。すし一人前をたべてもらい、自分で握ったすしをお土産に持って帰るのは、これまで通り。「すしフレンズ」7人は今、定例会合で準備のための話し合いを重ねている。受付、あいさつ、司会、魚のおろし、シャリ合わせ、にぎりなどの分担を決める。ネタも種類を増やし、高級なものにしようと話している、という。

組合のブログの自主開設も実現させた。メンバーの一人で「寿司屋の親父ブログ」をいち早く立ち上げた「登志鰯」の店主、林晴敏が指南役となって平成18年6月、「前橋寿司屋情報ブログ」をスタートさせたのだ。群馬県鰯商生活衛生同業組合前橋支部の組合員は全部で57軒だが、そのうち半数近くが「ブログに掲載してほしい」との申し込みがあり、林や小嶋ら「すしフレンズIT担当」は順次、各店を訪れて取材、写真撮影してお店紹介として掲載している。

2人は口をそろえて言う。「『そんなことをしてもどれだけお客様を呼べるか疑問』といった風に、気持ちで負けているとダメ。『一緒にやろうぜ!』っていう気持ちが大事」。



林も小嶋も、自分の店のブログを持っている。話題は新鮮ネタが入ったこと、ネタに関する知識、料理方法、庭に咲いた花の歳時記など幅広い。

小嶋の店は前橋と高崎のほぼ中間地点にあり、あと100メートル南に行くと高崎市になる。街並みが途切れる位置にあり、地の利は良い方ではないものの、固定客が多い。

ブログの効用について、小嶋は次のように言う。「節分の1週間前から『恵方巻き、はじめました』とブログに載せたところ、一見の女性客が来店して恵方巻きを買い求めるなど、お客様からの反応が早い」。

ブログの集客力は倍々ゲームというわけにはいかないが、確実にアップしている。東京や名古屋のブロガーが前橋のブロガーと交流に訪れ、ついでにブロガー仲間の林の店にやってくることもある。「季節の移り変わりにも敏感になり、すしネタ同様、ブログのネタにも毎日、頭を働かせている」と小嶋。

「すしフレンズ」のメンバーは、次の企画を立案中だ。「すし教室」を施設でも開き、施設の子どもたちと一緒にすしを握ることを考えている。「すし教室で『大人になったらすし屋さんになる』と子どもたちのだれかが言ってくれたら、すし職人冥利につきる」と小嶋さんらは“その日”を今から楽しみにしている。



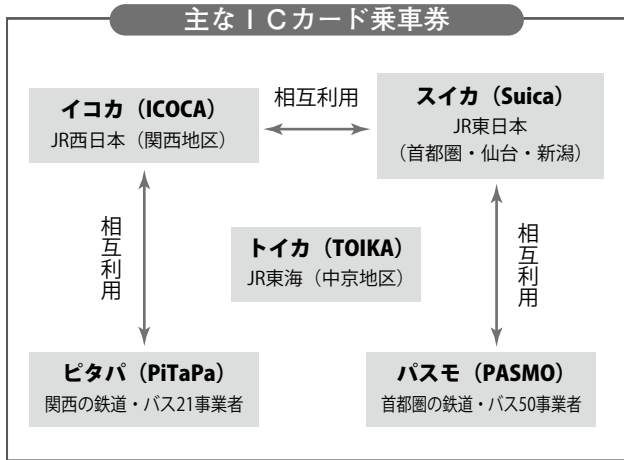
▲「鰯大潮」の入口

◀ 1,000円の昼のランチ。味噌汁、サラダ、香の物のほかに手作り豆腐のチーズ蒸しが付く

ICカード乗車券

ICカード乗車券を導入する鉄道会社やバス会社が、このころ全国的な広がりをみせている。さる3月18日には首都圏の鉄道、バスの大半を1枚のICカード乗車券、PASMO（パスモ）で共用できるサービスがスタートしたことで、今後参入する鉄道、バス会社も増え、地方の普及も加速する見通しだ。

◇ ICカード乗車（定期）券は、銀行のキャッシュカードな



(注) 利用可能地域・事業者数は3月18日現在

どと同じ仕組みで、超小型のIC（集積

回路）チップが埋め込まれている。カードと自動改札機の間には微弱な電波情報をやり取りするため、改札機の中に入れる磁気カード式のチップや定期券と違って、改札機の読み取り部分に軽く触れるだけで乗車駅と降車駅の情報から運賃分の金額が

乗り降り便利に

バスと共用、財布代わりも

瞬時に差し引かれる。ICカードの定期券なら乗り越しの時もそのまま改札機を通れば自動清算してくれる。混雑時に券売機でチップを買うため並ぶ必要もなく、多機能化した券売機を操作するのが苦手な高齢者からはICカード乗車券を歓迎する声がかかる。

ICカード乗車券は、JR東日本が平成13年に導入したSuica（S u i

ca）やJR西日本のICOCA（ICOCA）など各地で採用されている。さらに首都圏の私

鉄各社や東京メトロ、都交通局など50の鉄道・バス事業者が共通カード「パスモ」のサービスを3月18日に開始。パスモはSuicaと相互利用可能で、1枚のカードで多くの交通機関に乗れるようになり、利便性が一気に高まったことで、今後相互利用

がさらに広がると見られる。ラスト参照。

でも、遠州鉄

道（静岡県浜松市）、高松琴平電気鉄道（高松市）、富山ライトレール（富山市）などがすでに採用しており、JR北海道とJR九州も平成21年春をめどに導入する予定。

ICカード乗車券は、電子マネーを利用した「財布代わり」として使える機能も持っている。

パスモの場合だとカード購入時に1000円〜2万円の範囲で利用可能額を設定する。その後は駅やバスの窓口などに設

けた専用機で1000円単位で入金できる。電子マネーとして使えるのは当初、パスモの加盟店約700店とSuicaの加盟店1万1000店だ。パスモ独自の加盟店は1年後に約5000店まで広がる予定だ。

鉄道・バス会社はパスモの電子マネー機能への期待が高い。系列のスーパーや百貨店などに顧客を囲い込もうと、新たなポイントサービスを打ち出している。自社のクレジットカードへの勧誘にも力を入れる。大手私鉄はクレジットカード経由の入金額の0.5%分をポイントとして還元、系列店を中心に1ポイントあたり1〜5円の買い物が出てくるようにする。

航空会社のマイルと交換できるサービスもある。

このほか、セキュリティ機能を持たせるケースもある。在阪私鉄・バスの共通ICカード乗車券、PiTaPa（ピタパ）や、パスモに参加する私鉄グループの一部は、子どもが駅の改札などを通過するさい、保護者や学校へ連絡が入るサービスを行っている。

国民生活金融公庫が予算説明会を開催

国民生活金融公庫は2月9日、東京・新橋の全国生衛会館会議室で業界紙に対して生活衛生資金貸付に関する予算案などの説明会を開いた＝写真＝。

説明会では、厚生労働省健康局生活衛生課の梅澤雅男課長補佐が平成19年度生活衛生関係営業対策予算（案）について説明。予算額は総額10億4,400万円で、このうち全国生活衛生営業指導センターへの補助として生活衛生振興事業助成費2億3,000万円。都道府県生活衛生営業指導センターへの補助6億8,000万円のうち、生活衛生営業健康推進等事業費1億1,000万円。また新規事業では、災害時支援体制整備等推進事業として2,500万円が盛り込まれた。

次いで、国民生活金融公庫の加地尚春・生活衛生企画部企画課長が平成19年度国民生活金融公庫予算（案）について説明。平成19年度の生活衛生資金貸付規模は1,800億円（うち、生活衛生改善貸付150億円）。

また、貸付制度の主な改正は次のとおり。

▽標準営業約款登録業者に対する運転資金にかかる貸付利率の

特例措置（振興事業貸付）＝「生活衛生関係営業の適正化及び振興に関する法律」に基づく標準営業約款登録業者に対する運転資金にかかる貸付利率について、特別利率A（現行：基準利率）を適用。

▽衛生環境激変特別貸付の貸付対象の追加（特別貸付）＝貸付対象者に「振興計画に基づく事業を実施している生活衛生関係業者以外の生活衛生関係業者」を追加（貸付利率：基準利率）。

▽環境対策関連貸付（防災・環境対策資金）の資金使途の追加（特例貸付）＝資金使途に「アスベストの除去等及び耐震診断に要する運転資金」を追加（貸付利率：基準利率）。



各業種全国連合会の全国大会・総会開催予定表

平成19年度

業種	開催日	開催地	会場	大会・総会等の名称
料理	5月14日（月）	金沢市	金沢城五十間長屋	第95回全国料理業 金沢大会
氷雪	5月中旬	熱海市	未定	平成18年度通常総会
食鳥肉	5月22日（火）	名古屋市	ザ・ウエスティン ナゴヤ キャッスルホテル	第36回全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会 愛知全国大会
興行	5月24日（木）	福岡市	JALシーホークホテル福岡	平成19年度全興連通常総会
クリーニング	5月30日（水）	東京	ホテルニューオータニ	第49回通常総会
喫茶	6月5日（火）	秋田市	ホテルメトロポリタン秋田	第52回全喫飲連全国大会
旅館	6月6日（水）	松山市	県民文化会館サブホール	第85回全旅連 全国大会
浴場	6月11日（月）	高松市	全日空ホテルクレメント高松	第49回全国公衆浴場業者 香川県大会
麺類	6月13日（水）	秋田市	秋田ビューホテル	第73回全国麺類飲食業者 秋田大会
飲食	6月13日（水）	京都市	国立京都国際会館「メインホール」	第45回全飲連 全国京都市大会
食肉	6月21日（木）	岡山市	岡山国際ホテル	第48回通常総会・岡山大会
社交	9月19日（水）	札幌市	札幌パークホテル	全国社交飲食業代表者 北海道大会
理容	10月21日（日）	盛岡市	いわて県民情報交流センター（アイーナ）	第143臨時総会
すし	10月23日（火）	横浜市	パシフィコ横浜	第50回全国すし連 神奈川大会
中華	11月13日（火）	花巻市	ホテル千秋閣	第40回全国中華料理業 岩手大会
美容	11月6日（火）	前橋市	ぐんまアリーナ（群馬県総合スポーツセンター）	第35回全日本美容技術選手権大会
中央会	10月31日（水）	東京	ホテルニューオータニ	生活衛生功労者表彰式 （厚生労働大臣・中央会理事長表彰式）

注：大会・総会の開催日は、厚生労働省健康局長表彰式典を挙げる日

飲食店営業（一般飲食業、中華料理業、料理業及び社交業）及び喫茶店営業の振興指針の概要について

飲食店営業（一般飲食店、中華料理業、料理業及び社交業）及び喫茶店営業の振興指針（以下「振興指針」という。）は、全面改正され平成19年2月19日付の官報第4525号に告示されました。

同日付で各都道府県衛生主管部（局）長、各地方厚生局健康福祉部長、（財）全国生活衛生営業指導センター理事長及び（社）全国生活衛生同業組合中央会理事長あて通知されましたのでお知らせします。

振興指針は、生活衛生営業関係営業の振興を計画的に推進して、公衆衛生の向上及び利用者の利益の増進に役立てることを目的として、厚生労働大臣が定めているものです。

今般、全面改正された振興指針は、従来設定されていた売上額の目標を廃止し、営業者の自立的な経営努力を支援することにより、個々の営業者が自店に見合った経営改善に取り組める内容となるよう抜本的な見直しが行なわれています。

なお、振興指針に示された事業に基づき各県の組合は、振興計画を作成し、都道府県知事を経由して、各地方厚生局に申請することになります。振興計画が認定されれば、国民生活金融公庫の融資が有利な条件で適用され、また税制上の優遇を受けることができます。

今回、振興指針に示された事業のうち主に、営業者に対する組合及び連合会による支援についてご紹介します。

（1）衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業

- ・衛生管理のパンフレット作成等

（2）施設及び設備の改善に関する事業

- ・衛生水準向上のための施設や設備の改善に関する指導、助言、情報提供等

（3）消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事業

- ・消費者を対象とした啓発講座の実施や、苦情相談窓口の開設、苦情対応に関するマニュアル等の作成並びに普及啓発等

（4）経営管理の合理化及び効率化に関する事業

- ・先駆的な経営事例等の経営管理の近代化に必要な情報の提供等

（5）営業者及び従業者の技能の改善向上に関する事業

- ・教育研修制度の充実強化（研修会、講習会、技能コンテストの開催等）

(6) 事業の共同化及び協業化に関する事業

- ・事業の共同化、協業化の企画立案並びに実施に係る指導等

(7) 取引関係の改善に関する事業

- ・共同購入等取引面の共同化の推進等

(8) 従業員の福祉の充実に関する事業

- ・従業員の労働条件の整備、作業環境の改善及び健康管理の充実のための支援等

(9) 事業の承継及び後継者支援に関する事業

- ・ケーススタディ及び成功事例等の経営知識の情報提供

(10) 食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事業

- ・食に関する最新情報・行政施策の指導・支援等



「ほじょ犬のマーク」

(11) 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進に関する事業

- ・食品リサイクル等

(12) 少子・高齢化社会への対応に関する事業

- ・妊産婦への配慮、補助犬への対応等

(13) 食育への対応に関する事業

- ・地域における食生活の改善、食品の安全性に関する知識の普及等の支援

(14) 禁煙等に関する対策に関する事業

- ・店内での分煙等受動喫煙の防止、飲酒運転の防止等

(15) 地域との共生に関する事業

- ・地域における街づくりへの参加、大規模災害時の地域への支援、組合及び連合会の相互協力等



「マタニティマーク」

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

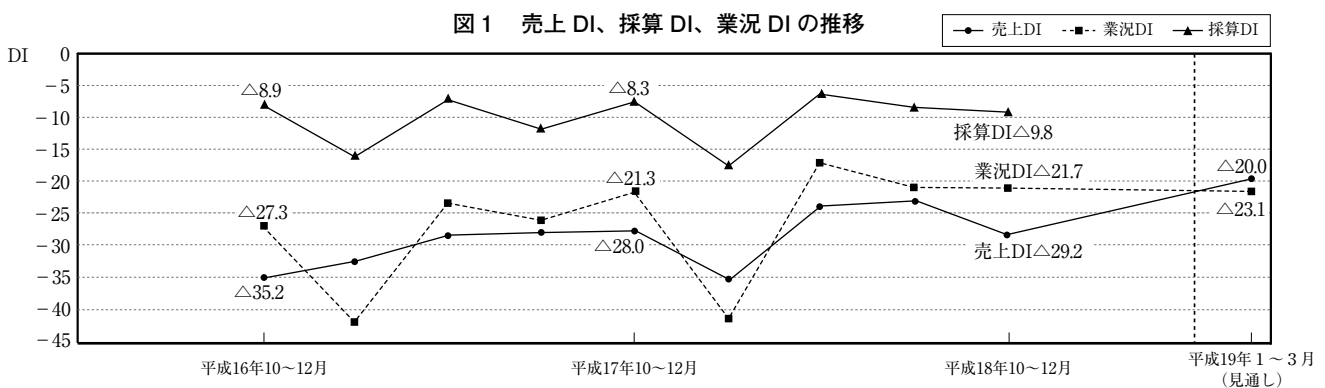
生活衛生関係営業の景気動向等調査は、国民生活金融公庫が(財)全国生活衛生営業指導センターに委託して、生活衛生関係営業の景気動向や設備投資動向などを把握するため、四半期ごとに実施しているものです。今回は、平成18年10～12月期の調査結果の中から一部をご紹介します。

～改善傾向にあるものの景気回復感に乏しい生活衛生関係営業の景況～

今期（平成18年10～12月期）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、▲29.2（前期比5.6低下）、▲9.8（同0.7低下）、▲21.7（同0.1上昇）となりました。

10～12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、傾向としては緩やかな上昇局面にあると考えられます。ただし、来期見通しは、「売上」DIは上昇しているものの「業況」DIは低下しており、生活衛生関係営業の景況は、改善傾向にあるものの景気回復感に乏しさがみられます。

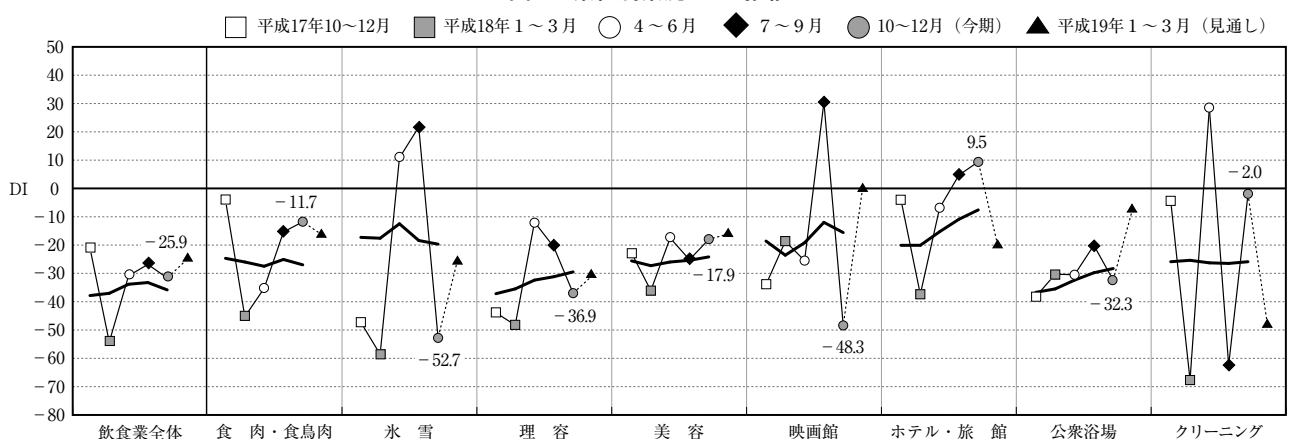
図1 売上DI、採算DI、業況DIの推移



業況DIを業種別にみると、「食肉・食鳥肉販売業」「美容業」「ホテル・旅館業」「クリーニング業」の4業種で前期に比べ上昇しました。一方、「冰雪販売業」「理容業」「映画館」「公衆浴場業」「飲食業」の5業種で低下しました。

来期の見通しは、「食肉・食鳥肉販売業」「ホテル・旅館業」「クリーニング業」を除く各業種で上昇となっています。

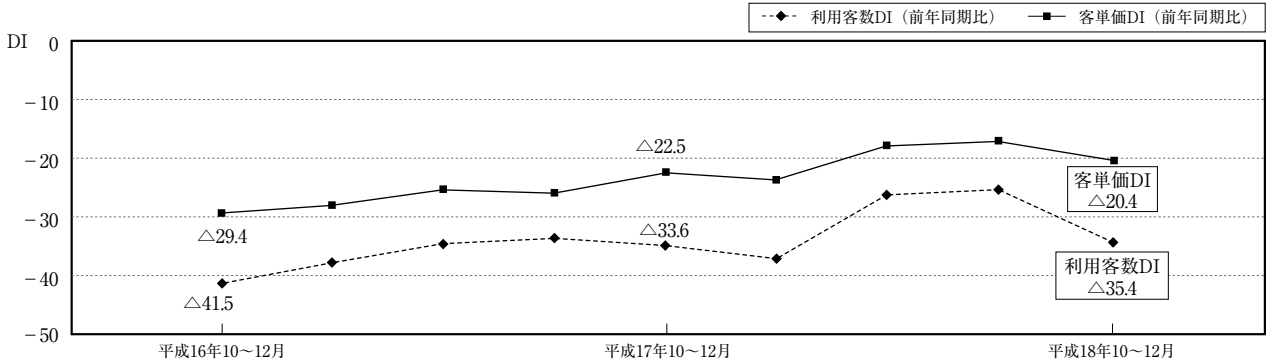
図2 業種別業況DIの推移



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、前期から7.8低下し、▲35.4となりました。前年同期に対しても、1.8低下しました。

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)は、前期から2.5低下し、▲20.4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～慎重さがみられてきた生活衛生関係営業の設備投資～

今期(平成18年10~12月期)に設備投資を行った企業の割合は、12.0%と前年同期と比較して1.6低下しました。3期連続で前年同期を下回っており、生活衛生関係営業の設備投資に、慎重さがみられてきました。

業種別にみると、「氷雪販売業」「映画館」「公衆浴場業」で前年同期と比べ上昇しました。「ホテル・旅館業」の実施割合は前年同期と比べ低下したものの23.4%と高くなっています。

図4 設備投資実施割合の推移

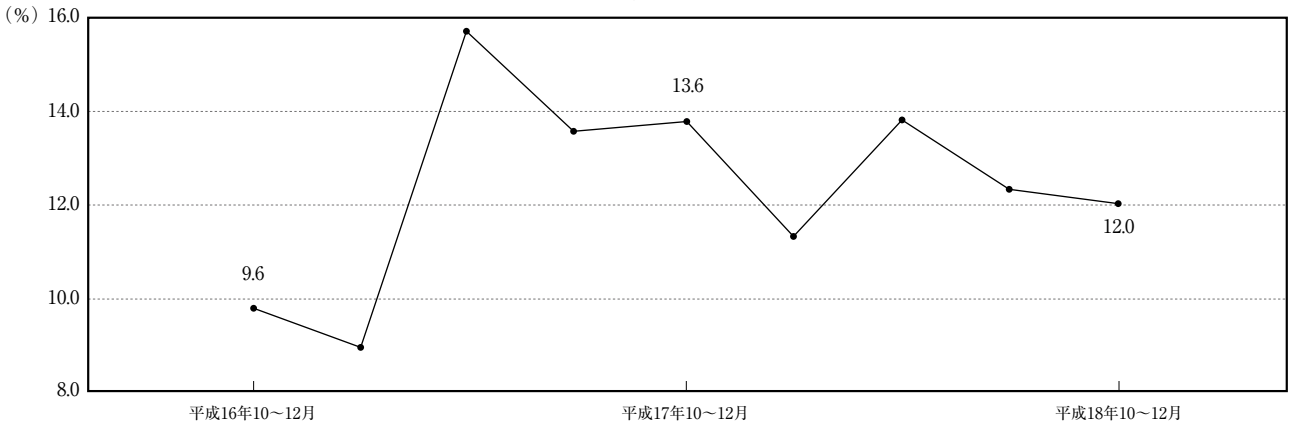
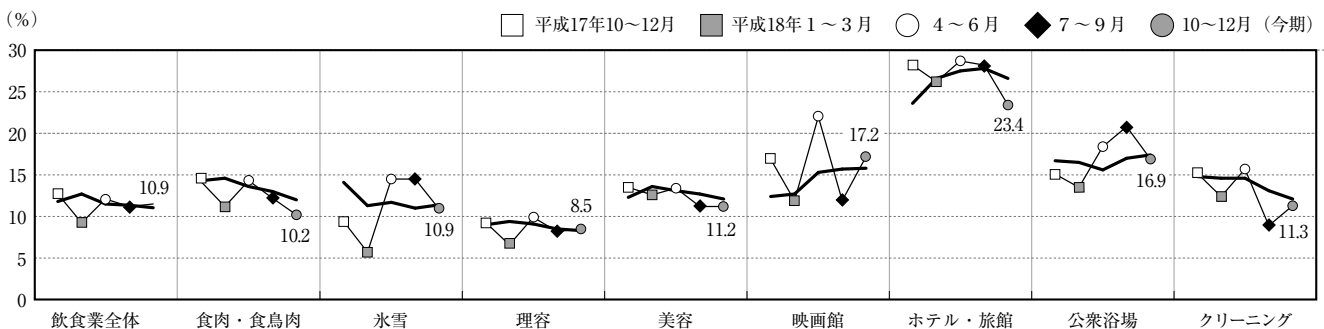


図5 業種別設備投資割合の推移



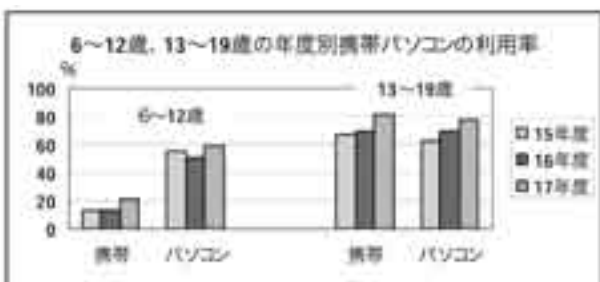
子どもの消費者トラブル

<社団法人全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 石田 幸枝>

消費生活センターに寄せられる相談は、大半が契約に絡んだものです。そのため以前は、契約当事者の年代は20歳前後以上となっていました。現在では、高校生、中学生から小学生までもが被害にあい、消費者トラブルが低年齢化しています。トラブルの多くは携帯電話やパソコンのインターネットの有料情報の相談です。

◆背景は、携帯・パソコンの利用率の増加

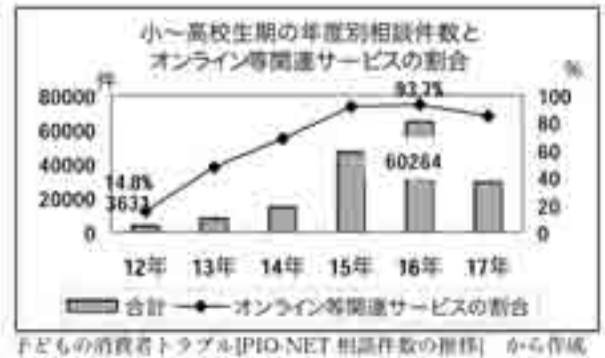
総務省の「通信利用動向調査」(平成15、16、17年)から、6～19歳の携帯電話、パソコンの利用率をみると、携帯電話は年々増加し、パソコンも概ね増加傾向にあります。17年度の携帯電話は6～12歳で21.1%、13～19歳で81.6%、パソコンは6～12歳で58.6%、13～19歳で78%の利用率となり、かなり高い割合を示しています。



◆国民生活センターの相談件数から

国民生活センターのホームページ「最近の話題から」をみると、「子どもの消費者トラブル」と題して、小・中・高校生期の年度別相談件数とその相談のうちオンライン等関連サービス(携帯電話やパソコンの通信情報サービス等)の件数の推移が報告されています。

平成12年度は、小～高校生期(6～17歳)の合計件数は3631件で、そのうちの通信情報サー



子どもの消費者トラブル[PIO.NET 相談件数の推移] から作成

ビスの割合は14.8%でしたが、相談の増加とともに通信情報サービスの占める割合も増加し、ピークの平成16年度では93.7%(60264件)となっています。平成17年度、平成18年度も引き続き通信情報サービスの相談の割合が高く80%台となっています。子どもの相談件数の増加は大半が通信情報サービスということが分かります。

◆よくある相談事例

消費生活センターや(社)全国消費生活相談員協会に寄せられた相談としては、

- ・携帯電話に届いたメールのURLを興味本位に開き、「18歳以上」を押したら突然入会になり、請求画面になった。
- ・携帯電話のインターネットでゲームのサイト(他に着メロ、着歌、アニメ、占い、アイドルのサイトetc.)にあったリンクを押したらアダルトサイトに入ってしまった。
- ・雑誌に「完全無料」とフリーダイヤルがあったので携帯電話でかけてみたら有料アダルトボイスだった。
- ・パソコンでネットサーフィンをし、アダルトサイトにアクセスした。画像の1つをクリックしたら突然画面が変わり、「登録ありがとうございます」と請求画面がでた。

などの相談です。子どもたちは有料とは知ら

消費生活相談の現場から

ずにサイトに入り、トラブルに巻き込まれています。サイトは、有料の表示がなかったり、あってもスクロールしたり、規約を開かないと分からない場合がほとんどで、突然、請求画面が出て初めて有料と気がつきます。

請求画面には数万円の登録料等を期日までに支払うこと、支払わない場合は携帯電話会社やプロバイダから個人情報などを調べ自宅に回収に行く。そのときには延滞金、調査費等で高額になるなどの怖い言葉が並んでいます。



子どもたちは、「年齢を詐称した」「大変なことをした」と思い、間違えて入ったとサイト業者にメールを送ったり、電話をかけたりしてしまいます。すると今度は、電話やメールで請求が来ます。中には、聞かれるまま、住所、氏名、固定電話番号、学校名、担任氏名、親の名前に勤務先など個人情報をすべて話してしまう子どももいます。

◆支払う義務はありません！

「ワンクリック詐欺」と呼ばれるこのようなトラブルは、分かりやすく有料と明示されそれを分かっている申し込んだのではないため、契約は成立しておらず、支払う義務はありません。連絡せず無視しましょう。

また、親の同意を得ないで行った未成年者の契約は、取り消すことができます。

◆インターネットは危険への入り口

子どもたちは、携帯電話やパソコンを上手に

使いこなしてはいますが、サイトの真偽や安全か危険かなどの見極めができず有害情報や犯罪の被害にあっています。警察庁のサイバー犯罪統計（18年中）によると、出会い系サイトに関連した事件の被害者は83.1%が18歳未満の児童で、アクセスの手段として携帯電話が利用された割合は96.6%と報告されています。

また、最近、中高生に人気の「プロフ（プロフィール）」と呼ばれる自分を紹介するサイトでは、自ら肌をさらした写真を載せてしまう無警戒な子どももいます。ネット上に一度流れた情報を回収することはできません。

◆対策には「フィルタリング」を！！

子どもを有害情報から守る対策として、有害サイトへの接続を制限する「フィルタリング」が有効と考えられます。しかし、18歳未満の子どもがいる保護者へのアンケートによると、「フィルタリングを利用している」6.8%、「パソコン・携帯を利用しているがフィルタリングは利用していない」59.7%（「パソコンがない・携帯を持たせていない」30.5%）で、フィルタリングの利用率はかなり低い割合となっています。（総務省平成17年度電気通信サービスモニターに対する第2回アンケートより）

現在、未成年者（又は18歳未満）が携帯電話を契約するときは、親の同意書が必要ですが、フィルタリングサービスを利用するか否かの同意も求められています。そして、変更にも親の同意が必要です。携帯電話は親の目の届かないネットの端末です。子どもを犯罪から守るため既に利用している子どもの携帯にもフィルタリングサービスの設定をしましょう。

ネットトラブル対策は、家族で話し合い安全な使い方やルールを決めることが大切です。

特相員だより——街の知恵、地域の心



相談受け、厳しい事も口に／逆に励まされる事も

□奈良県理容業生活衛生同業組合・特相員□

吉原 信安

私が24歳で小さな店を持ったとき、60歳のお客様にこう言われました。「兄ちゃん、金はいつでも使えるんやで。あわてんと、大事に使いや」。あれから36年、還暦を迎えました。店舗を拡張し、組合の教育部長としても忙しく過ごす毎日です。

特相員として7年、年間15～16件のご相談を受けますが、「毎日が1円1円の積み重ね。今、何をしなければならぬか、目的を持ってしっかり頑張らしましょう」とお話しします。「借りた以上は、食べる分を削ってでも返すのが信用ということです」と厳しい事も口にします。そして最後は必ず握手。精一杯、書類を仕上げ、「全額、下りました！頑張ります！」と弾んだ声で電話をいただく瞬間は、心からうれしくなります。

特相員はお金の相談に乗るだけでは

なく、逆に自分が励まされているとも感じます。子どもたちに空手を教えておられる若い組合員さんのご相談に乗ったことがあります。「いつも子どもたちに、『目的を持って頑張ろう、強い人間になろう』という先生の言葉を言っています」と。他人にかっこいい事を言っているのに、自分が悠長にはしてられません。ボランティアで地元中学校の職場体験をお引き受けしたり、学校で講演したりもしています。お客様はもちろん、そうした方々との出会いが、私の元気の源なのです。

また、私は芸事が好きで、長年、日本舞踊や新舞踊の稽古を続けてきました。昨年、近畿7府県の講師会総会を奈良県で開催した際には、家元と私が対談し、芸で感動を与える舞踊家と、技術や接客で感動を与える理容師との共通点を語り合いました。まだまだ新しいことに取り組んでいきますよ。

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



食品販売業



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
- 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 いざいざ融資

国民生活金融公庫

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

◆邦画・洋画のシェア逆転

日本映画製作者連盟は、このほど「2006年映画諸統計」を発表した。それによると、興行収入のシェアは、邦画が21年ぶりに洋画を上回り、邦・洋逆転の形となった。

主な統計は次のとおり（カッコ内は前年比）。

▽入場人数＝1億6,427万7,000人
(102.4%)

▽興行収入＝2,025億5,400万円 (102.2%)

▽興行収入シェア＝邦画53.2%、洋画46.8%

▽邦画の興行収入・ベスト3＝①東宝「ゲド戦記」76億5,000万円②東宝「LIMIT OF LOVE 海猿」71億円③東宝「THE 有頂天ホテル」60億8,000万円

◆そば・うどん写真コンテスト

全国麺類生活衛生同業組合連合会は「“そば・うどん”のある風景写真コンテスト」の第4回入賞者を発表した。

最優秀賞には浅岡由香さん（愛知県）の「こんな手になっちゃった」＝写真＝が選ばれた。審査に当たった日本写真芸術学会評議員の石黒敬章氏は、最優秀賞作品に対して「子供たちの表情から、そば打ちの楽しい雰囲気伝わってくる写真です」と寸評を加えている。

その他の受賞者は次のとおり。

▽優秀賞＝「そばの実収穫」関矢俊夫さん（群馬県）、「そばがいい」福岡弘和さん（愛媛県）、「うどん法要の日」松田昇さん（香川県）

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



♥ケア理容師の名簿掲載

全国理容生活衛生同業組合連合会（略称：全国理容連合会）は、都道府県別の「全国ケア理容師名簿」をホームページで掲載している。

「ケア理容師」制度は、理容店に来店する高齢者・障害者へのサービスや、在宅・施設での訪問理容サービスに焦点を絞り、そのために必要とされる学習内容で構成した「理容

師のためのオリジナル研修」を修了した理容師に与えられる。

研修修了者には、主催の全国理容連合会と（社）シルバーサービス振興会から修了証と店舗表示用マーク（イラスト）が交付される。なお、ホームページに掲載される名簿は掲載希望者のみに限られる。

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



茨城県生活衛生営業指導センター

水戸市三の丸1-5-38
茨城県三の丸庁舎3階
理事長 村田 實氏
専務理事 菊池 昂^{のぼる}氏
事務局長 菊池 憲光氏
職員数 5人
(うち経営指導員3人)
URL <http://www.seiei.or.jp/ibaraki/>

茨城県は関東平野の北東部に位置し、平坦な地形ゆえに可住地面積の広さは全国有数、人口は297万人と全国11番目。東端には延長190キロの海岸線を持ち、農産物産出額は北海道、千葉に次いで全国3位。農業県でありながら県南・県央への大手企業の進出もめざましい。平成19年度の経済成長率予想(週刊東洋経済調べ)は茨城県が2.46%と愛知県、東京都を抜いて堂々の全国1位。

課題は、県北・県南の人口増減、都市化と過疎化、個人所得などに代表される「南北格差」の解消。

東京都区部に近い南西部では、平成17年夏につくばエクスプレス線が開通したほか、圏央道の整備が進み、都市化や東京一極集中へのシフトとして大規模な宅地開発や大型店の出店に伴う人口増加が続いている。一方で、北部では東京一極集中のあおりで日立電鉄線が廃止された上に、人口減少や大型店の撤退などが相次ぎ、過疎地域も存在する。

こうした格差解消を目指して

県庁内に県北地域の振興を専門に行なう県北振興室が新設され、「さとやま生活」と名付けた、主に団塊世代をターゲットにした移住・二地域居住など県北地域での「ゆったりと豊かなライフスタイル」を発信、推進している。

また茨城県生活衛生営業指導センター(以下、指導センターと表記)の村田理事長は県観光物産協会の副会長も務めており、県北等の自然を活かした地域発展策を練り、同時に生活衛生関係営業の振興も図るため、両者が緊密な連携を取っている。

■組合加入推進へ積極策

指導センターが入居する三の丸庁舎は、JR常磐線・水戸駅から歩いて10分の距離にある。平成12年に県庁が同市笠原町に移ったのを機に、指導センターが旧県庁である現在の三の丸



県料理飲食業組合が発行している「組合加入のご案内」



◀村田 實理事長

▼センターのみなさん。前列が菊池昂専務、後列左から2人目が菊池憲光事務局長、その右が金子文男事務局長、両サイドが事務職員の富永京子さん(左端)と星久子さん(右端)



舎に移転した。

茨城県の生活衛生同業組合は、美容業、理容、クリーニング、興行、麺類業、食肉、ホテル旅館、すし商、中華料理、料理飲食業、喫茶業の11組合、組合員総数6,348人(平成18年3月末現在)。

他の地域同様、茨城県も組合員数が減少している。これに歯止めをかけようと、指導センターは昨年からの組合組織強化対策の推進のため、指導センターと組合代表から成る「組織強化検討委員会」を設置、各組合が加入を呼び掛ける機関紙の臨時号の発行やDMの発送などを予定している。

■ヘルシーメニュー講習会

平成18年度から国と県の補助をうけて「飲食店健康増進普及支援事業」を展開。これは、生

「お客さん、地域のために何ができるか」を原点に

ヘルシーメニュー講習会風景



活習慣病の予防及び受動喫煙防止対策の一環として飲食店などの営業者を対象として栄養士などの専門家によるヘルシーメニュー支援等講習会を無料で開催するもの。

料理飲食業、すし商、麺類業、中華料理、喫茶業、旅館の6生活衛生同業組合との共催で、食品衛生協会、県栄養士会、県調理師連合会、県立健康プラザなどの協力を得て6回にわたって開催。非組合員も参加対象とし、関係営業者や従業員など延べ375人が出席。健康志向や高齢者、女性のお客様の要望に応えられるヘルシーメニューのレシピ紹介や実演・試食を行った。

■訪問理容・美容サービス

平成18年度からの「生衛業地域生活支援」新規事業として、理容・美容における高齢者・障害者等地域生活支援事業をスタートさせた。ケア理容師やハートフル美容師による、地域の要介護高齢者及び障害者に対する訪問理容や美容のサー

ビスの提供を促進し、こうした人たちの生活を支援するのが目的。

18年度は指導センター、理容・美容業生活衛生同業組合、社会福祉協議会、県医師会、

市町村の担当スタッフ、老人ホームの代表者などで構成する検討委員会を立ち上げた。そして支援システムづくりや推進方策などを探るため特養老人ホーム、障害者入所施設、在宅要介護者家庭の計200か所とケア理容師・ハートフル美容師100人に対してアンケート調査を実施。

平成19年度はアンケート調査結果を踏まえ、サービス提供者などを対象とする講習会の開催、利用者へのサービスの周知などを通じて、ケア理容師・ハートフル美容師による訪問サービスの拡大を図る予定だ。

■ハンガー回収推進事業

省資源対策の一環として、クリーニング業界での包装材などのリサイクルを推進するため、指導センター、全国クリーニング生活衛生同業組合連合会（全ク連）、県クリーニング生活衛生同業組合、資材メーカー、消費生活センター、消費者代表など計10人で構成する検討委員会を設置。

現在、全ク連が「ポリ包装資材等の回収システムの構築」を検討しているところから、同検討会では、現時点で実現可能なハンガーの回収を実施することにした。そして、消費者へハンガー・リサイクル推進についての周知を図るため、テストケースとして県内のクリーニング生衛同業組合員250人の協力を得て、ハンガーの回収を実施、協力店であることを表示するためポスターを作製して各店に掲示してもらった。

■原点からの出発

時代の変化に併せて新規事業を展開していることについて、菊池専務は、「組合に加入したら何がメリットとして得られるかということも大切だが、組合でみんなが何を創造してゆくかの視点がこれから求められる。『お客さん、地域のために何ができるか』という原点にもう一度立ち返る必要がある」と強調する。



ハンガー回収店のポスター

しなやかな空気が流れる匠の町



八幡神社近くの道に曳き揃えられた屋台

岐阜・高山盆地に春の到来を告げる山王まつり（4月14・15日）。秋の八幡まつり（10月9・10日）と合わせて「高山まつり」として名高い。昨年続き、今年も訪れるつもりだ。

魅力はなんとといっても屋台の美しさである。豪華絢爛、という言葉がこれほど似合う屋台はないだろう。桃山時代の煌びやかな建築・美術工芸と、江戸初期の日光大造営に携わった飛騨の匠の技が融合し、屋台芸術を今に伝えている。

その中でも、からくり人形を乗せた屋台は、人形の愛嬌あるしぐさで見物客を楽しませてくれる。江戸時代中期ごろから採用されたからくり人

ぶらり旅・ きまま旅 〈12〉

旅行ジャーナリスト
佐々木 いつか

形は、京都の人形細工師の手によるものだという。金具や織物などの装飾類も、京都から求めている。また、屋台そのものは、からくり人形を組み合わせる以前、江戸形の単層の屋台だったという。今では、高山形といわれる独特の屋台を作り出しているが、東西文化のいいところを吸収しながら

オリジナルを作り上げていったようだ。そこには、やはり飛騨の大工・塗師・彫刻師など、匠の存在が

あった。

その匠たちの技を伝承してきた現代の匠の作品が、古い町並みを残す一角にある民芸品店に並べられている。周辺は観光地であるにもかかわらず擦れた空気を感ぜない、不思議な空間である。そこから高山屋台会館へ。その道すがら、八幡まつりの屋台を見物したのだが、民家と並んで建つ大きな白壁の土蔵の扉が開いているのに気づき、そこが屋台蔵であることを知った。

屋台蔵は江戸時代の後期ごろから建てられたという。蔵の扉は幅1・3メートル、高さ6メートル、壁の厚さ30センチもある重厚な造り。ここにも高山の大工・左官・鍛冶などの匠の技が生かされている。高山まつりは屋台の煌びやかさに魅せられるが、屋台蔵も芸術作品である。

昼間、屋台は八幡神社の境内と正面の道路に曳き揃えられている。神社の境内では、布袋台のからくり人形の実演が行われ、その妙技に拍手の

嵐。夜になると、屋台に提灯を飾ってあかりを入れ、町中を曳きながらそれぞれの蔵へ戻っていく「曳き別れ」が行われる。

曳き別れまでには時間があつた。そこで飛騨の味で腹ごしらえしよう、「酒菜」へ。地酒をとともに飛騨牛の朴葉味噌・お造り・ステーキ串をいただく。ステーキ串は古い町並みエリアでも、ソフトクリームなどと一緒に売られ、おやつ感覚で食べられる。

日も暮れて曳き別れが行われる通りへと向かう。すでに多くの人が歩道に陣取り、屋台の登場を待っていた。交差点を曲がる見せどころを間近に見られる場所に人気があり、わずかなスペースを見つけて待つ。しばらくすると、提灯のあかりに浮かび上がる屋台の姿が見えてきた。昼間とは違った幻想的な世界へと引き込まれていく。静けさの中にも歴史の力強さがあふれる。町のしなやかさの源はここにあり、のしかかもしれない。

×月×日

オフィス内のコミュニケーションに悩むことがある。中でも特に困るのが上司のダジャレ。いわゆる「おやじギャグ」だ。

中高年の男性たちはある一定の年齢になるとなぜかハマってしまう。ただし察するに、髪が薄くなるのと同様に、はまる年齢には個人差がある。思い付いたらどうしても発表したくてウズウズしている。

こちらは可笑しくもないのに笑うのは辛い。とてもついていけない、さむいギャグ。レベルが低く、落ちがない。笑いのメッカである大阪から研修に來ていたスタッフにその感想を聞いたら、「全然あかん。大阪に研修に行かはったらええのに、一からやり直しや」と切り捨てた。

私も「新人」と呼ばれ、初々しかった頃はそれでも我慢し

働く女性のこだわり日記



オフィスのギャグハラ

ながら笑っていた。私の寛大さが減り始めると、少し笑うが最後に「可笑しいから笑っているのではないのですよ」と付け加えてみることにした。それでも全く止める気配がない。

この頃から職場でギャグが始

まると体に悪寒が走るよう

になった。そして視界が狭まり、息苦しくなり、頭痛がする。血圧が低下する時と似た症状だ。そして元々高くない仕事へのモチベーションは急降下。ついには会社を早退しなくなる。

だから次からその手のギャグには全く反応しないことにした。要するに心を鬼にして無視。そうすると上司は満面の笑みをたたえ私の近くまでやって来て、「ねっ、高樹さん」などと笑いを強要するようになったのだ！

もうこれは止めさせるしかない、「ギャグハラスメント」だ。

一般的にオフィスの本音が暴露されるのは、なんとと言っても女子トイレだ。会社の実情を知るには、女性たちがトイレで練り広げる歯に衣を着せぬ「大罵倒大会」以外にないと思う。「さっきの聞いた!」などと口々にうつぶんを晴らす。そこでおやじギャグに優しく付き合っ笑ってあげていた他の女性たちも、本当は愛想が尽きていることを私はしつかりと確認した。だからスタンプカードを作る提案をした。「一回聞かされたら、言った人の判をもら

い、十個集まったら一日会社を休んでいいことにしましよ」と。我ながら妙案だと思つた。疲れた人には休みが与えられ、スタンプカードを見れば誰の責任で人手が足りないのか一目で分かる仕組みだ。同僚たちからは大きな拍手。

しかし、私の栄光はそこま

でだった。私の提案を聞き上司の顔はみるみる赤くなり、「俺は職場を楽しくしようと思つて言っているんだ!」と本気でしかられてしまった。翌年の私の昇給額も心なしか減つたように思えた。

ギャグハラは思いの外根深い問題だった。俳句や短歌のように投稿する場があればいいのにと考えた。そうすればきつとおじ様方も発表の場を得て、いきいき輝けるのではないだろうか?そして具合が悪くなるスタッフも減る。明るいオフィスにつながるはずだ。(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、3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

♪ ICカード乗車券「パスモ」が3月18日、サービス開始した。

JRと東京メトロを定期券で利用している編集子だが、定期券を改札機にいちいち差し入れなければならず、雨の日や重い荷物を手にしているときなど、もたもたすることが多かった。今度は「パスモ」で改札機に触れるだけだから、負担が少なくなる。定期券区間外の乗車券も「パスネット」で購入していたが、「パスモ」だとそのまま改札を通れるし、定期区間外の乗り越しも自動清算してくれる。

ただし、バスは「パスモ」を使わないことにしている。現在使っているバスの乗車カードは購入額に応じて利用可能額が上乘せされるが、「パスモ」では利用額に応じて特典が後付けされるので、現在の乗車カードの方が割引率が高い。

「パスモ」に参加する鉄道・バス会社の“乗客囲い込み”も今後激化するだろうから、賢い利用の仕方が求められる。

小さなクロスワードパズル

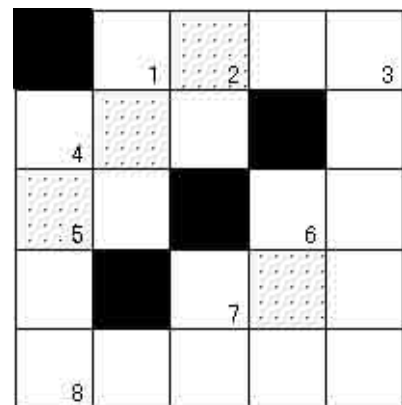
(模様付きの枠に入る文字を並べ替えて言葉を作りましょう)
ヒント：3・4月にちなんだ植物です

【よこのかぎ】

1. 桃の節句の飲み物。
4. 大阪商人どうしの挨拶。
5. 何を掛けても変わらない。
6. レコードを聴くために必要。
7. 薄い層にはがしやすい天然鉱物。
8. ここに福が宿していることも。

【たてのかぎ】

1. 狭くて通りにくいです。
2. 蛍の光、○○の雪。
3. ウール。
4. 純粹ではありません。
6. 生い茂っています。
7. ○○二つ——そっくり!



(答えはこのページのどこかに)

生衛ジャーナル

3月号 平成19年3月発行 通巻371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=ゼンマイ)

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。