

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」

- ふろんていあ
- 特集 郷土料理
- 春の叙勲・褒章受章者
- 連合会は今
- 再考 和のこころ

2007

5



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
経営特別相談員等の皆様に無償配布しております

C O N T E N T S

ふろんていあ	1
特集 郷土料理	
総論	2
お店探訪	3～9
センターにゆうす	
春の叙勲・褒章受章者一覧	10
健康入浴推進事業の事例集を作成	11
せいえい短信	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
連合会は今	20～21
ほっとブレイク	
再考 和のこころ	22
働く女性のこだわり日記	23
安心・安全のSマーク	24



長瀬
表紙画「ハント末吉」

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 (10～11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 (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

ふるんていあ

NPOで拓く地域のしごと場～「コミュニティ・レストラン」

NPO研修・情報センター代表理事

金沢大学教授 世古 一穂

1. コミュニティ・ビジネスとは

新しいまちづくり、地域づくり、自律した地域経済活動の新たなムーブメントとして、コミュニティ・ビジネスが注目を集めている。コミュニティ・ビジネスは地域・まちづくりに大きな役割を果たすものである。コミュニティ・ビジネスを旧来の経済活動の延長の考え方、隙間ビジネス的な発想の延長でとらえている向きも多いが、ビジネスに力点をおいて解釈するのではなく、コミュニティに力点をおいて考えていくことが大切だ。コミュニティ・ビジネスは、この閉塞した社会を打ち破り、地域・コミュニティを創造、再生するものであるという考え方を基本にする必要がある。

2. コミレスの5つの機能

「コミュニティ・レストラン」® (略してコミレス) は、「食」を核にしたコミュニティ支援を目的としたコミュニティ・ビジネスでありNPOの起業モデルである。

コミレスは、「障害のあるなしにかかわらず地域で生き、地域で自立して暮らすためのもう一つの『しごとの場』づくり」、「コミュニティ・ビジネスとしてのNPOの起業」、「福祉就労と社会就労の中間型のいわばNPO就労のモデルづくり」等を目指して、1998年にスタートした。

コミレスは、地域の人々の多様なニーズにあわせて、「安全安心な食の提供」「障害者の働く場づくり」「不登校の子どもたちの出口づくり」「高齢者の会食の場づくり」「循環型社会の拠点作り」等々のテーマをもって立ち上げて、NPOとして運営して行こうとするNPOの起業

モデルである。また、食の提供に対しては「地産地消」「旬産旬食」「エコ・クッキング」を基本としている。

コミレスは、以下の5つの機能を包含している。

- ①人材養成機能 ②生活支援センター機能 ③自立生活支援機能 ④コミュニティセンター機能 ⑤循環型まちづくり機能

現在私はコミュニティ・レストランをNPOとして起業し、運営できる人を養成するとともに、まちづくり、地域の新しいコミュニティづくり、コミュニティの再生の核となる機能を持ったものとして、社会に提案している。

コミレスは自立した地域づくり、コミュニティづくりをしていこうとする市民活動団体、NPOにとっておおいに役立つNPOの起業、実践プログラムである。

女性の自立支援、障害者等の弱者の新しい仕事場づくりから始まったコミュニティ・レストランは、多くの人の共感を呼び、食を核にした循環型まちづくりや、コミュニティをエンパワーメントするNPOの具体的事業形態として、地域の農業者、安全な食料を提供する地域の民間企業、生活者、行政等の協働によるNPOの起業モデルとしての広がりを見せている。





特集 郷土料理



郷土料理をメインに集客力を強化 現代の顧客嗜好に合わせてアレンジ 他地域からのお客呼び込みのPRが課題

日本大学経済学部講師 池田 光男

今号のテーマは「郷土料理」であるが、内容は郷土料理をいかに経営に活用しているかの視点でとらえている。一口に郷土料理といっても、その由来は以下のように4つに分けられる。

①その地方の特産品を用いた郷土料理。代表的なのは、地元産の生鮮魚介類をふんだんに用いた高知県の皿鉢料理だ。

②その地方独特の地理的条件により工夫され、現代まで伝承されている家庭料理。例えば会津若松では、藩政時代、生鮮魚介類の入手は地理的な条件から困難であった。そこで、乾燥した貝柱、身欠きにしん、棒たらなど北海道から移入の乾物を用いた会津独自の料理が生まれ、今日まで家庭料理として脈々と伝承されている。

③歴史的な条件による郷土料理。長崎卓袱料理は、元禄時代、長崎居住の中国人からご馳走になった中国料理に日本料理の手法を加えた郷土料理で、今では長崎名物になっている。

④地域活性化のために新しい郷土料理として開発されたもの。これには地域振興を目的に多くの業者が参画し地域を代表する業種にまで発展した喜多方ラーメン、宇都宮餃子などがあげられる。

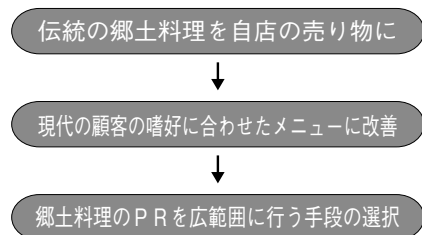
さて、「お店探訪」の郷土料理3事例をみると、盛岡市の日本料理 田中「ひつつみ庵」は上記②の地理的条件に該当する。徳島の「昴宿よしの」のうずしお兜鍋は①地方の特産品と④地域活性化に向けた新たな郷土料理創作の

合体といえる。北九州市小倉の居酒屋「がく」は③歴史的由来によるものである。

ただし、「ひつつみ庵」では岩手の伝統料理の調理方法を守りながら、素材に工夫をこらし、口のおごった顧客に合うよう工夫を凝らしている。また「がく」では、伝統の味を残しながら味付けの手順を工夫し、他店では出せない味を生み出している。2事例とも伝統の郷土料理に付加価値をつけ、商品としての存在価値を高めている。

「うずしお兜鍋」は、平成12年に徳島県が阿波の郷土料理の掘り起こしの一環として、全国から公募したアイデアから誕生したものである。

郷土料理を売り物にする以上、地元ですでに忘れ去られてしまった地元特有の伝統料理を発掘し、複数メニュー化が必要である。最近の消費者は飽きっぽいからだ。さらに、嗜好の変化にどのように対応していくかも研究課題である。こだわり、本物追求は常時欠かせない課題である。より重要なのは、広範囲からいかに顧客を呼び込むかである。そのためにはインターネットによるPRは大きな武器となることから、生衛業にとっても情報・通信機器を使いこなすことが要求される。



三代継承の味「ひつつみ」

日本料理 田中「ひつつみ庵」

住所：岩手県盛岡市盛岡駅前通1-44 フェザン地下1階 経営者：田中 直樹さん

電話：019・654・7686 営業時間：10:00~22:00 定休日：不定（フェザン休業日と連動、年に3~5回）



お店探訪

「ひつつみ」（すいとんの同義語）は、岩手県の伝統食・郷土料理の一つである。食材、出汁など、作り方は住む地域や家庭によって千差万別だが、昔から県内各家庭の「おふくろの味」として親しまれてきた。水でこねた小麦粉をひつつまんで（ひきちぎっての方言）鍋に入れ、季節の野菜などと一緒に煮込むことから名付けられた。これを地産地消の看板メニューに掲げているのが、盛岡市駅前通の日本料理・田中「ひつつみ庵」だ。（文中敬称略）

現在、放映中のNHK朝の連続テレビドラマ「どんど晴れ」（民話などの最後に付ける「めでたし、めでたし」の方言）の主要舞台になっている岩手県の県庁所在地・盛岡市。「ひつつみ

庵」は、その玄関口のJR盛岡駅ビル併設の「フェザン」地下一階グルメタウンの一角に店を構えている。

盛岡の著名料亭「日本料理 田中」=盛岡市志家町、田中紀雄社長（66）（店名は以下、「田



「ひつつみ庵」が入居しているフェザン

「ひつつみ庵」の店先。昼食時には毎日空席待ちの行列ができる



中」と略)の直営店。26年前、JR東北新幹線開業に合わせて建設されたフェザンに、JR関連ホテル(メトロポリタン)などと一緒に入居、オープンしたユニークな店だ。

田中紀雄によると、家庭料理の「ひつつみ」を初めて<料亭の味>の一品料理に仕上げ、客に出したのは、母で「田中」の初代女将、ミホ(昭和63年、80歳で死去)。また、開店前の家族会議で決めた店名「ひつつみ庵」の名付け親は、紀雄の次男で当時はまだ小学生だった現経営者・田中直樹(36)だという。

「田中」は、昭和21年の創業。当初は木造2階建ての民家を店にあて、ミホが孤軍奮闘していたという。6人姉弟(姉が3人、弟が2人)の長男の紀雄は、高校時代までをここで過ごし、東京の大学を卒業後は大手出版社に勤め、編集者として活躍していた。

紀雄が脱サラしたのは、35年前の昭和47年、31歳の時だった。仕事上のことで上司と意見があわず、出版社を辞めて盛岡に帰ってきた。帰省時は漠然と「おふくろ(ミホ)が和食の店をやっているの、自分は東京などではやりのハンバーグ店でもやろうかな」と考えていた。しかし、「自分がいくら一生懸命にハンバーグを作っても、おふくろが私一人だけのために作ってくれるお吸い物にはとてもかなわなかった」とか。

和食の世界に魅せられた紀雄が最初に手が

けたのが、みちのくの小京都といわれる盛岡にふさわしい料亭の新築だった。設計は、大阪の高級料亭・吉兆の設計者として知られ、数寄屋造りでは当時の国内第一人者・故平田雅哉、建築は盛岡で唯一、平田さんの設計通りの数寄屋造りが可能だった大工の棟梁・故山口儀兵衛。こうして、2年後の昭和49年、現「田中」が完成した。

次は、JR駅ビル地下への進出。店名を決めるに当たって家族会議を開いて検討した。いろいろな案が出たが、結局は直樹が大好きで毎日のように食

べていた「ひつつみ」から連想して提案した「ひつつみ庵」と決まったという。「田中」が宴会で酒を飲んだお客に帰り際に出していた「ひつつみ」が好評だったのも一因。

直樹は高校生のころから「将来は料理人になるつもりだった」という。大学を出てから2年間、東京の料理店に勤めた後、盛岡に帰ってきて父の紀雄から「ひつつみ庵」の経営を任された。10年前のことである。

「田中」の経営方針は「地産地消」が原則だ。野菜類など各種食材の仕入れは、毎朝、盛岡では有名な「神子田の朝市」に家人らが出かけて、直接、プロ(料理人)の目で選ぶ。イクラ、カキ、ホタテ貝などの魚介類は宮古などの三陸沿岸から、米は岩手江刺米、豚肉は花巻の白豚、牛肉は岩泉の岩手短角牛など、とことん、地



にぎわう「ひつつみ庵」の店内

元食材を使った「料亭の味」にこだわる。ひつつみに使う小麦粉は岩手県北産が中心だ。

直樹は、経営を任されてすぐ、それまで一人分千円以上の料亭並みお値段メニューが並んでいた「ひつつみ庵」のメニューを、天井、カツ丼、海鮮丼など、学生・サラリーマン・家族連れなどが気軽に注文できる1,000円以下の食堂並みの料理中心に切り替えた。お年寄りや女性客らに人気の「ひつつみ」は、現在1食680円。

店名・看板メニューになっている「ひつつみ」の特徴は、出し汁用に高価な焼き干しを使っているのと、年中、食材などを変えずに料亭「田中」の味を守り続けていることだ。

ちなみに、焼き干しは青森県陸奥湾の特産品。紀雄の妻・美奈子は同町出身で、紀雄との結婚当初、初めて「田中」を訪れた際に女将のミホに手土産として持ってきたのが、この焼き干しだった。「田中」では当時、客用の出し汁をとるのに煮干を使っていたが、試みに従業員が自分たちの食事用に焼き干しを使ってみると、煮干とは格段に違った上品な味。ミホもこの味を高く評価し、以来、「ひつつみ」の出し汁は焼き干しを使っているという。

「ひつつみ庵」の調理人は直樹を含め7人で、早番、遅番などを交代で行っているが、営業時間帯には必ず3人が常駐している。出来るだけ早く「美味しく食べられる料理」を客に出すためだ。例えば、「ひつつみ」の場合、注文を受けてから、客に出すまで約10分間。これでも行列のできる昼食時には、全員、手を休める暇もないほどの忙しさだ。

「ひつつみ」に王道はない、といわれる。「ひつつみを作るにあたって、他人と同じことをしようとは思わない。美味しいかどうか勝負。お客様が美味しいと言ってくれば、それでいい」と直樹。祖母のミホが「料亭の味の一品料理」として売り出した「ひつつみ」は、紀雄、直

樹と三世代にわたって引き継がれ、今、岩手・盛岡のPRにも一役買っている。

どんどん晴れ。



680円の「ひつつみ」

「ひつつみ」レシピ (及川桂子・岩手大学名誉教授による)

【材料・分量 (4人分)】

小麦粉	250 g	水	カップ3/4
鶏肉	150 g	ニンジン	80 g
ゴボウ	80 g	ネギ	1/2本
生シイタケ	4個 (または乾シイタケ2個)		
煮出し汁	カップ6	しょう油	大さじ3
塩	小さじ1と1/2		

【作り方】

1. 小麦粉に水を加えて、耳たぶくらいの固さによくこね、濡れ布巾をかけて2時間ぐらい寝かせる
2. 鶏肉は一口大、ニンジン、ゴボウ、ネギは薄い斜め切り、シイタケは薄切りにする (乾シイタケの場合は、水かぬるま湯につけて戻す)
3. 鍋に煮出し汁、ニンジン、ゴボウ、シイタケを入れて火にかけ、煮立ったら鶏肉を入れて煮る
4. 野菜と鶏肉が煮えたら、しょう油と塩で調味する
5. こねた小麦粉を片手に持ち、もう一方の手に水をつけながら薄く伸ばし、食べやすい大きさにちぎって煮立っている鍋に入れる。ひつつみが浮き上がってきたら、ネギを入れて火を止める



▲レジに立つ田中直樹さん (右)



「日本料理 田中」社長の田中紀雄さん▶

公募作品「うずしお兜鍋」

すばるやど
「昴宿よしの」

住所：徳島市一番町3-18 代表取締役：松村 邦江さん 電話：088・654・2255
定休日：無休 URL <http://www.awa-yoshino.co.jp>

お店探訪

温暖な気候の下
で、山海の豊かな自然に恵まれた四国・

徳島は、食材の宝庫である。鳴門海峡の激しい潮流にもまれた鯛やワカメ、阿波牛に阿波尾鶏、かんきつ類のスダチ、鳴門金時で知られるかんしょなど、海産物から農畜産物まで数えればきりが無い。こうした地元の食材を今一度見直し、新しい郷土の味を全国に発信しようと生まれた「阿波の新郷土料理」の数々。いわゆる創作料理だが、「うずしお兜鍋」もその一つ。地元の評判もよく、観光客や県外からの問い合わせも多い。(文中、敬称略)

徳島は、鳴門海峡のうず潮で知られる。その激しいうず潮でもまれた鳴門鯛を使った「うずしお兜鍋」。創業60年を迎えた徳島市内の老舗旅館、「阿波の国 昴宿よしの」が、「観光客に徳島の本当の味を」と、心をこめて提供している。

地元の野菜や海産物など、旬のものがふんだんに入っていてボリュームは満点。「うず潮で鍛え、身の引き締まった鳴門鯛を全国にアピールするいい機会。郷土料理としてしっかりと根付かせていきたいものです」と社長の松村邦江。宴会はもちろん、宿泊客にお薦め料理として出している。

「うず潮兜鍋」は、縦割りにした鳴門鯛の頭が主役。鯛の頭に塩をふってしばらくおいたあと、大鍋にたっぷりの湯を沸かして針ショウガを添え、鯛の頭を入れる。アクをすくい取りながら近海ものの鳴門ワカメやサザエ、アワビなどの海の幸やシイタケ、ハクサイ、シュンギク

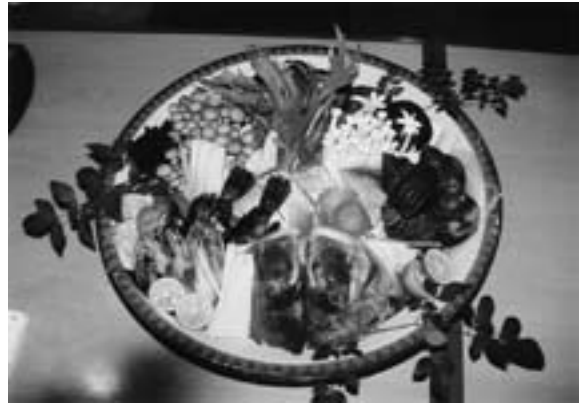


創業60年の「昴宿よしの」の外観

など地元のあらゆる野菜を鍋にぶち込んでいくと、自然とこれらの具に鯛の濃厚なだしがしみ込んでくる。ころあいをみて煮ながら食べるが、塩味がついているので好みに応じて特産のスダチを使ったポン酢か、しょうゆのたれで食べる。まさに地元の食材一辺倒の郷土料理、徳島ならではのぜいたくというものだろう。

平成12年、徳島県が地元の食材を使った「おいしさ」を見直し、「阿波の新郷土料理」を掘り起こそうと、全国にアイデアを募った。応募のあった約200点の中から選ばれた優秀作6点のうちの一つが「うず潮兜鍋」。

公募を担当した県観光交流課(現・観光企画課)によると、応募内容のほとんどが鳴門で育った鯛やワカメ、そば米、スダチを使ったものが多かった。「うず潮兜鍋」についていえば、



うず潮兜鍋▲

◀うず潮兜鍋を前に、社長の松村邦江さん(右)と料理長の中谷勇治さん

提案者は東京在住の主婦で、鳴門鯛をよく知り尽くした人だと思いきや、「驚いたことに、ご本人は徳島となんのゆかりもない人でした」という。阿波の新郷土料理はいま、徳島の観光スポットや宿泊施設、飲食店、全国で開催されるイベントにも登場している。

「郷土の特産品を育てていくこと、地産地消を促すためにも『うず潮兜鍋』の存在は大きいと思います。私たちはもっと郷土料理がめざす本質を理解し、地域で取り組んでいかなければならないと思います」と、松村はいう。

その松村が経営する旅館「昴宿 よしの」は、JR徳島駅から歩いて2分。昭和21年の創業で、松村は3代目。部屋数は和室34、和洋室4。最大130人が利用できる大宴会場がある。4年前に全面改装、装いも新たになったところで、これまでの「パレス吉野」の屋号から「昴宿 よしの」に変えた。

松村は、「旅館なのに、ビジネスホテルのような感じがあって。イメージを一新しました」という。外観は近代的な7階建てだが、玄関は木材をふんだんに配し、ドアは棧のあるガラス張りの引き戸に模様替えするなど、和風を意識したつくりになっている。

「うず潮兜鍋」に情熱を燃やす料理長の中谷勇治は、「兜鍋はまだ開発途上だと思う。創意工夫をこらしながら観光

客にこれぞ徳島といわせるような鍋物に仕立て上げていきたい」と夢を語る。身は刺身に、アラはアラ煮に。残った頭の部分で鍋のだしに使う。余すところなく料理に使える豪快な鯛料理と鍋料理。

「うず潮兜鍋」の材料(4人分)は、鯛の頭縦割り4個(2匹分)、アワビ、サザエなどの特産魚介類4切れ、鳴門ワカメ、ネギ、季節野菜、キノコ、豆腐、スダチ、針ショウガ、薄口しょうゆ。

中谷は、「材料は素朴でシンプルなほうがいいと思う。これからは素材の味を重視していきたい」と、新鮮な素材を求めて、毎朝6時には浜に出かけて自分で仕入れており、その意気込みが伝わってくる。



うず潮兜鍋の主演は鳴門鯛の頭の部分。濃厚な出汁が具材にしみ込む

芳醇で健康食「ぬか炊き」

居酒屋「がく」

住所：福岡県北九州市小倉北区魚町4-6 右田ビル2F 経営者：鶴本 学さん 電話：093・551・8232
営業時間：17：00～23：00 定休日：日曜日

お店探訪

キュウリやカブのぬか漬けなら全国どこの家庭でもできる日本伝統の食品加工法。だが、ぬかみそでイワシやサバの煮物を味付けする北九州・小倉のぬか炊きは他の地方では寡聞の、これぞ郷土料理。初めての人には「ぬかみそも食べるの!？」と驚くが、一度食べたならその芳醇な味のとりこになること請け合い。店で自信の一品にしている小倉の居酒屋「がく」を訪ねてみた。(文中敬称略)

小倉のぬか炊きは、イワシやサバのしょう油煮にぬかみそを加えて調理した料理で、じんだ(ぬか)煮ともいわれる。江戸初期に信州松本、播磨明石から小倉藩へ転封された小笠原忠政が松本から持ち込んだと伝えられる。ぬかみそはキュウリなどを漬けるぬか床と共用できる。

居酒屋「がく」は、JR小倉駅南口の南北約400mの魚町銀天街の横丁にある。町名は江戸時代に魚市場があった名残。昭和26年にわが国初のアーケード街になったことで知られ、街区が基盤目に整備された商店街だ。

ただ「がく」のある鳥町食道街と呼ばれる横丁だけはあたりでも異色のエリアだ。終戦直後に生まれた飲食店街で、2人肩を並べて歩くのも窮屈な細く曲がった路地に飲食店が15軒ほど軒を並べる。日本で初めて焼きうどんを売った店も昔ながらの構えで営業しており、いわば小倉版「三丁目の夕日」の世界である。

「がく」はこの路地から、いきなり急勾配の階段を上る。店に入ると出迎えてくれた経営者の鶴本学が「隠れ家みたいでしょう」と笑った。店内は11のカウンター席と、テーブルが2つ置



昭和20～30年代の雰囲気を残す小倉の飲食店街「鳥町食道街」

かれた11人席の小上がりがあり、20坪(66㎡)の広さ。路地のイメージとは違ってゆったりしている。

鶴本は小倉南区生まれの41歳。日本料理に魅せられ16歳から15年間、大阪・南や京都で修行、約10年前に小倉に戻って開業した。「子どものころ父親に連れられてきたこの食道街でどうしても店を持ちたかった」という。

手ごろな料金でお客様に楽しんでもらうおうと居酒屋にしたが、料理はこだわり派。伝統の味を大事にしながらか海鮮料理や鍋もの、てんぷら、山芋・魚の白身・タケノコの入った独自のさつま揚げなど、旬の食材を追う京風の創作料理と、希少な薩摩焼酎や銘酒もそろえている。

さっそく「がく」のぬか炊きの取材に入ると、まず鶴本が大事に育てているぬか床を見せてくれた。直径、高さとも30cm足らずの何の変哲も



常連のお客のお目当ての1つはぬか炊き。
左から2人目が経営者の鶴本学さん

ないプラスチック容器だ。

「味をみますか」といわれ、ちょっと抵抗感があったが、口に入れると何とも表現しがたい熟成した発酵食品特有のうま味が広がった。ぬか床の臭みがない。サンショウの粒のさわやかな刺激がいつまでも口の中に残った。

ぬか床は周知のように、米ぬかに適度のだしと塩、香辛料を混ぜて作る。ぬか漬けの独特の香りや風味は米ぬかに含まれる乳酸菌の発酵によるもの。このため「ぬか床は生きている」といわれ、昔は各家庭の味を持ったぬか床が母親から娘、しゅうとめから嫁へと伝承された。

いま自家製ぬか漬けに手間をかける主婦は少なくなったが、小倉は300年以上の歴史があるとされる八坂神社のぬか床は別格としても、百年床を持っているという話も珍しくない土地柄なのである。多分、野菜漬け以外にぬか炊きにも活用する知恵があったからだろう。

「がく」のぬか床は180年のぬか床を持つ老舗から「タネ」を分けてもらい、酒造用の精米から出るぬかを取り寄せ、塩、唐辛子、サンショウ、ダイダイなどを加えながら管理しているという。

一方、ぬか炊きは鮮度の高いマイワシやマサバを使い、しょう油、みりん、ざらめ、ぬかみそを入れ時間をかけ甘辛く煮る。一見、みそ煮風だが風味は全く別物。

熟成したぬかみそがしみ込んだ発酵食品特有の奥深い味。生臭さがない。身は適度に締まってしかも骨まで柔らかいイワシ。サンショ

ウや唐辛子のピリカラが食欲をそそり、お酒のつまみによく合う。

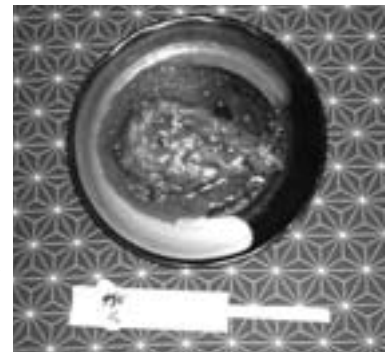
また、米ぬかにはビタミンB₁や脂質など多くの栄養素と食物繊維、乳酸菌が産生する酵素が含まれ、健康食として優れている。

ただ、味付けの手順は人によっていろいろ。鶴本はまず魚をざらめと味りんで約30分煮てコクと照りを出した後、ぬかみそを混ぜ3時間余り煮込むという。しょう油は刺身用などの濃い口を少し後に入れるが、これは魚の身に白い部分を残す鶴本流。伝統の味は十分残しながら「よそにはない、あっさり味」と胸を張る。

さらに冬場は脂ののったサバ、夏場はイワシ、「いまの時季はキビナゴもいいです」と、旬を大切に作るメニューがお客様の心を捉えている。

食通の多い場所柄、お客は常連が中心だが、一度来たお客をほとんどリピーターにする魅力がある。開業10年、もう隠れ家的存在ではなくなりつつあるこの頃である。

自慢の一品、サバのぬか炊き ▶



店内。希少な薩摩焼 耐でぬか炊きを味わえば至福のひと時 ▼



平成19年 春の叙勲 褒章受章者

平成19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）の受章者は次のとおりです。おめでとうございます。

◆叙勲（敬称略）

◇…旭日双光章…◇

▽井上 格＝現・全国すし商生活衛生同業組合連合会副会長（福岡県福岡市）

▽岩泉 明＝元・岩手県理容生活衛生同業組合理事長（岩手県盛岡市）

▽加藤世志久＝現・京都府クリーニング生活衛生同業組合理事長（京都府福知山市）

▽川口 芳松＝現・秋田県社交飲食業生活衛生同業組合理事長（秋田県秋田市）

▽小林 芳春＝現・大阪府中華料理業生活衛生同業組合理事長（大阪府豊中市）

▽富澤 啓＝元・群馬県理容生活衛生同業組合理事長（群馬県前橋市）

▽成川 孝行＝元・全国料理業環境衛生同業組合連合会副会長（東京都中央区）

▽西山 忠男＝現・香川県食肉生活衛生同業組合副理事長（香川県仲多度郡）

▽平本 昭治＝現・茨城県喫茶業生活衛生同業組合理事長（茨城県水戸市）

▽山岡 常男＝元・岐阜県旅館ホテル生活衛生同業組合理事長（岐阜県岐阜市）

▽渡邊 保幸＝現・埼玉県食鳥肉販売業生活衛生同業組合理事長（埼玉県深谷市）

◇…旭日単光章…◇

▽石川 文一＝現・静岡県社交飲食業生活衛生同業組合副理事長（静岡県静岡市）

▽泉 博＝元・愛媛県旅館ホテル生活衛生同業組合副理事長（愛媛県松山市）

▽伊藤 義光＝元・愛知県喫茶環境衛生同業組合理事長（愛知県一宮市）

▽岡本正之介＝現・石川県飲食業生活衛生同業組合理事長（石川県鳳珠郡）

▽角田 久＝元・青森県クリーニング生活衛生同業組合副理事長（青森県上北郡）

▽木村 武司＝元・宮城県クリーニング生活衛生同業組合副理事長（宮城県仙台市）

▽須郷健太郎＝現・東京都社交飲食業生活衛生同業組合副理事長（東京都台東区）

▽高田孝一郎＝現・兵庫県鮪商生活衛生同業組合副理事長（兵庫県伊丹市）

▽滝澤 英男＝現・東京都中華料理生活衛生同業組合副理事長（東京都板橋区）

▽土屋 清人＝元・東京都理容生活衛生同業組合理事長（東京都豊島区）

▽中村 久義＝元・香川県理容生活衛生同業組合副理事長（香川県高松市）

◆褒章

◇…藍綬褒章…◇

▽入内島一崇＝現・群馬県旅館ホテル生活衛生同業組合理事長（群馬県利根郡）

▽河野 勝雄＝現・兵庫県麺類食堂業生活衛生同業組合理事長（兵庫県神戸市）

▽野口 秀夫＝現・全国旅館生活衛生同業組合連合会副会長（北海道室蘭市）

▽福長 徳治＝現・全国社交飲食業生活衛生同業組合連合会副会長（大阪府大阪市）

健康入浴推進事業の事例集を作成

全国生活衛生営業指導センターはこのほど、これまでに各地域で実施された健康入浴推進モデル事業の実施例を取りまとめた事例集「元気にチャレンジ！しっかり手ごたえ！（—みんなの健康を後押しする健康入浴推進事業への取り組み—）」＝写真＝を作成した。

平成16年4月に「公衆浴場の確保のための特別措置に関する法律」が改正されたのを受けて、地域住民に身近な交流の場所である一般公衆浴場（銭湯）を活用した様々な健康入浴推進事業が全国各地で実施されており、この事業の一層の推進を図るため、実施例をまとめた。



補助犬同伴受け入れマニュアル作成



平成14年10月の身体障害者補助犬法施行に伴い、全国生活衛生営業指導センターはこのほど、冊子「補助犬同伴受け入れマニュアル」を作成した。より身近な場面での補助犬の受け入れについて、これまでに寄せられた多くの問い合わせを中心に、分かりやすいQ & A形式でまとめられている。

障害者と補助犬が同伴で施設利用できる社会環境が一段と改善されているが、これまでは施設にもスタッフにも余裕がある大きな施設が中心であり、補助犬を同伴できる環境の一層の整備を図るため作成された。

Sマーク登録店をWeb公開

全国生活衛生営業指導センターは安全・安心な暮らしのサポーターをコンセプトに昨年11月、ホームページを全面リニューアルしたが、標準営業約款（Sマーク）制度の全国的な普及促進と消費者・利用者の利便性の向上を図るため、ホームページ上で標準営業約款登録店舗の所在情報の一部公開を開始した。（全国指導センターホームページURL：<http://www.seiei.or.jp/>）

ホームページ内の「Sマーク登録店検索」で、探したい店舗の所在する都道府県・市区町村、約款の種類（5業種）を選択・入力すると、当該市区町村内に所在するSマーク登録店の店舗名・所在地・電話番号の一覧が表示されるようになっている。

Sマーク登録店については都道府県単位で店舗データを管理しており、一部の都道府県の所在情報については整備中となっているが、データ整備が完了した都道府県分から逐次、「Sマーク登録店検索」の利用が可能。（関連記事24ページに）



◆全国共通すし券がリニューアル

「全国共通すし券」（1枚500円）が4月1日から新しいデザインに変わった。

「全国共通すし券」は全国すし商生活衛生同業組合連合会傘下の各都道府県組合が取り扱っている全国统一の「すし券」で、組合に加盟している全国のすし店で利用できる。

全国すし商生活衛生同業組合連合会では、①旧デザインのすし券で有効期限のないものは表示のそのまま従来通り利用できるが、有

効期限のあるものは表示の期限内に利用するよう、②また、新旧のすし券を使用するさいには念のため店に入る前に「取扱の可否」を確認するよう、呼びかけている。

<http://www.sushi-all-japan.or.jp/>



♥東京純氷まつり、6月3日開催

東京都冰雪販売業生活衛生同業組合と東京冷凍事業協会は6月3日（日）午前11：00から16：00まで、東京・上野恩賜公園大噴水前広場で「2007東京純氷まつり」を開催する。

昨年に続く開催で、「夏だ！氷だ！

ぶっとばせ!!上野の山に雪が降る」と題し、氷組合の社会活動の周知と、純氷のプロモーションを図ると同時に、参加者に「見て（LOOK!）遊んで（PLAY!）飲食（DRINK!）」と、純氷の素晴らしさをいろんなイベントを通じて実体験してもらう。

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

♠ハートフル美容師一覧を掲載

全日本美容業生活衛生同業組合連合会（略称：全美連）は、都道府県別の「ハートフル美容師一覧」=右はシンボルマーク=をホームページに掲載している。



「ハートフル美容師」養成研修制度は、高齢者の増大と多様化するニーズに対応するため、主に美容店舗内において質の高い美容サービスを提供するため、必要な知識、技能を有する美容師を養成することを目的に、全美連と社団法人シルバーサービス振興会が

主催する「ハートフル美容師養成研修」=写真=を修



了した美容師に与えられる。定員は1コースあたり30名以上。

なお、ホームページの一覧は、個人情報観点から、同意を得られた認定者のみ掲載されている。

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

特相員だより——街の知恵、地域の心



重責に恥じないよう、自社経営をも律する

□北海道麺類飲食業生活衛生同業組合・特相員□

橋本 毅

特相員として4年。これまで8件の融資に関わらせていただきました。

自らの力で起業し、素晴らしい成績をおさめているお店でも、飲食店としての規模が小さい、あるいは土地などの資産がないなどの理由で、銀行からお金を融資してもらえないケースがあります。そんな頑張っているお店に対して大変優しい、ありがたい融資制度だと感じながら審査させていただいております。全ての申請者の希望がかなうように緩やかに見てあげたいと思うこともあるのですが、国民の血税を貸し出すわけですから、感情をぐっとこらえ、たまには厳しいことを口にすることもあります。

将来、自社のライバルになる可能性があることは承知しながらも、融資が通り申請者の顔がほころぶのを見ると、自分のことのようにうれしくなっ

てしまいます。特相員という仕事は、人のために役立つことなのだと思っていたのですが、それ以上に、その重責に反しないよう、自社の経営についても恥ずかしくない経営をしようとする意識が高まり、自分に跳ね返ってきますので、自分自身のためにこそ役立っているのだと感じるようになりました。

組合活動は、組合員の企業規模の大小はありますが、それぞれ一国一城の主として経営哲学があり、また異業種交流と違い同業者ということで深い内容の話が出来るということもあり、積極的に参加するようにしております。

これからも自社経営と業界発展のために頑張っていります。

「特相員だより」投稿を歓迎します

送り先は表紙裏の「原稿・情報をお寄せください」をご参照ください。採用分には些少の原稿料を差し上げます。

生活衛生業の皆様へ

お店の繁栄に「生活衛生融資」を……

くわしくは最寄の支店窓口または相談センターでご相談下さい。

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

飲食店営業 喫茶店営業 氷雪販売業



食肉販売業



食黒肉販売業



旅館業



浴場業



クリーニング業



興行場営業



理容業



美容業



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



大きな明日へ いきいき融資

国民生活金融公庫

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

平成19年春の全国交通安全運動実施計画について

春の全国交通安全運動は、みなさまに交通安全の考え方を広め、交通ルール
の大切さと交通マナーの実践を身につけ、交通事故防止の徹底を図り、みなさ
まによる道路交通環境の改善に向けた取組を推進することを目的としていま
す。

厚生労働省では、平成19年5月11日から平成19年5月20日にかけて、春の全
国交通安全運動の効果的な実施に向けて下記の取組を推進いたします。

生衛業のうち、酒類を提供する飲食店等におかれては、特に、飲酒運転をさ
せない取組についてご協力をお願いいたします。

1 高齢者、子ども及び障害者に対する交通安全教育の推進

(1) 高齢者に対する交通安全教育

高齢者交通安全指導担当者による交通安全教室を開催します。

(2) 子どもに対する交通安全教育

道路横断や自転車の乗り方等の正しい交通ルールとマナーの教育的な指導をします。

(3) 障害者に対する交通安全教育

障害者支援施設等で生活支援のため交通安全教育の指導などを実施します。

2 チャイルドシートの正しい着用の徹底

保育所等での交通安全教育や、チャイルドシート着用の必要性と効果の理解について促進等を図るよう指導します。

3 安全運行の徹底

車両を扱う事業者に対し、安全運行の徹底を図るよう指導します。

4 広報活動の推進

警察署等からの交通安全に関するポスター貼付等広報活動の推進を図ります。

5 交通労働災害防止対策の推進

「交通労働災害防止のためのガイドライン」の周知等、交通労働災害防止対策の推進を図ります。

6 自動車運転者の労働時間等の改善対策の推進

自動車運転者を使用する事業場に対して、労働基準法等の関係法令や、「自動車運転者の労働時間等の改善のための基準」の遵守等の徹底を図ります。

7 関係行政機関との連携

内閣府、国土交通省、警察庁等関係行政機関との積極的な連携を図ります。

8 飲酒運転根絶気運の醸成

(財)全国生活衛生営業指導センター及び(社)全国生活衛生同業組合中央会の関係団体を通じ、酒類を提供する飲食店等では、運転者への酒類提供の自粛を徹底することで、飲酒運転に関する交通安全意識の高揚を促進します。

9 交通安全運動の周知徹底

交通事故防止の徹底を図り、模範的な交通行動を示すため、厚生労働省職員に対して平成19年春の全国交通安全運動推進要綱の周知徹底を図ります。



厚生労働省も連携しています!!



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19年1～3月期の調査結果の中から一部をご紹介します。

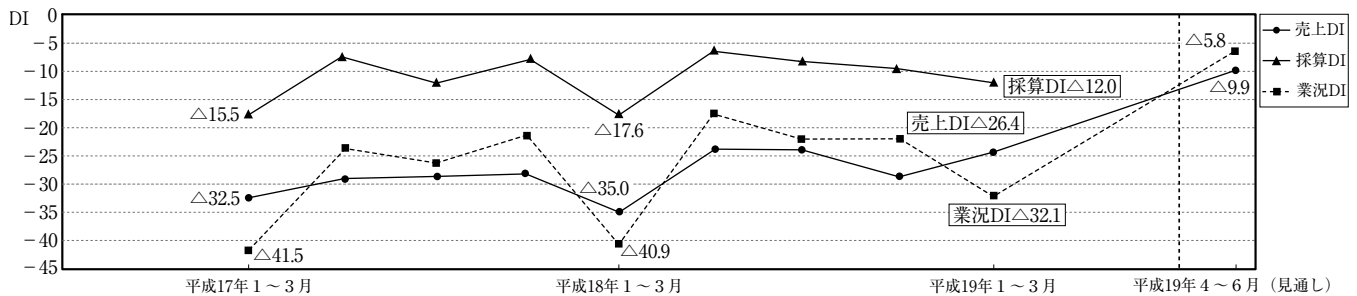
～マイナス水準ながら引き続き改善傾向にある生活衛生関係営業の景況～

今期（平成19年1～3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、▲26.4（前期比2.8上昇）、▲12.0（同2.2低下）、▲32.1（同10.4低下）となりました。

例年1～3月期は前期から低下しますが、同月期を過去から遡ってみると、各DIとも上昇傾向にあります。依然マイナス水準ながら、緩やかな改善傾向にあると考えられます。また、来期見通しは、「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。

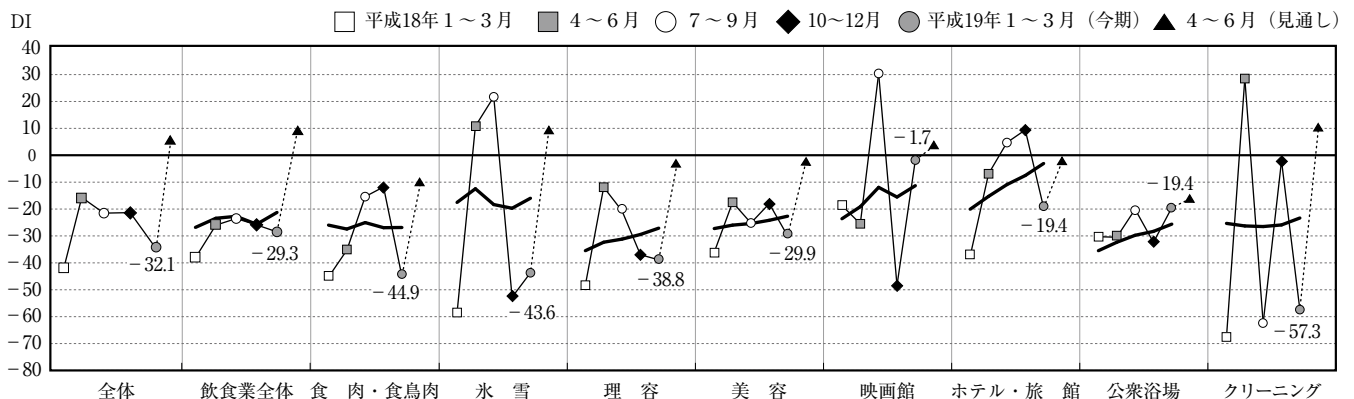
図1 売上DI、採算DI、業況DIの推移



業況DIを業種別にみると、「冰雪販売業」「映画館」「公衆浴場業」の3業種で前期に比べ上昇しました。一方、「食肉・食鳥肉販売業」「理容業」「美容業」「ホテル・旅館業」「クリーニング業」「飲食業」の6業種で低下しました。4期間移動平均ではすべての業種で上昇しています。

来期の見通しは、全業種で上昇となっています。なかでも、「冰雪販売業」「クリーニング業」は、大幅な上昇となっています。

図2 業種別業況DIの推移

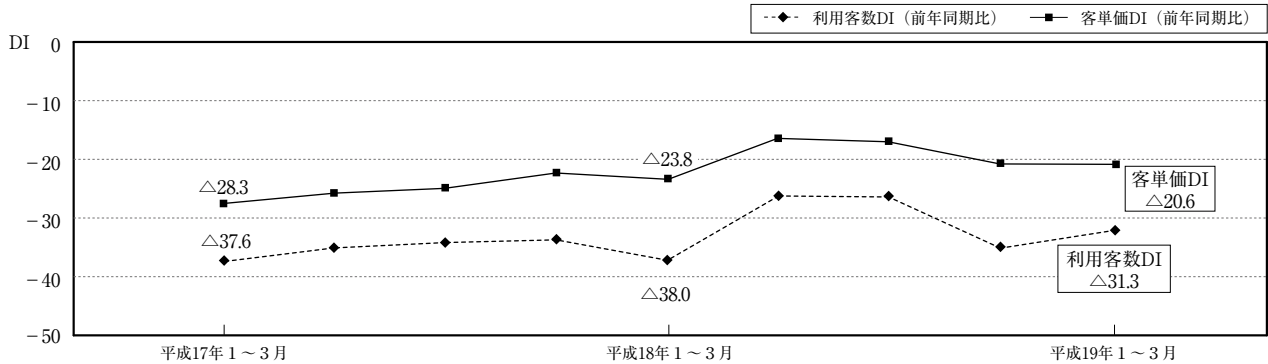


（注）太線は4期間移動平均の推移

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4.1上昇し、▲31.3となりました。前年同期に対しても、6.7上昇しました。

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0.2低下し、▲20.6となりました。

図3 利用客数DI、客単価DIの推移

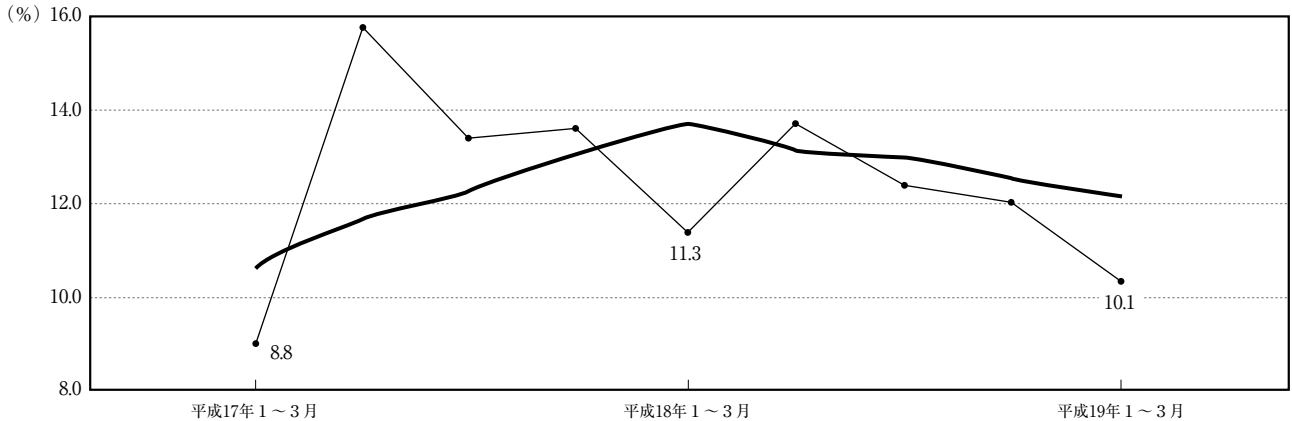


設備投資状況～慎重さがみられる生活衛生関係営業の設備投資～

今期(平成19年1～3月期)に設備投資を行った企業の割合は10.1%と、前年同期と比較して1.2低下しました。平成17年1～3月期を底に反転したものの、18年4～6月期以降4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ます。

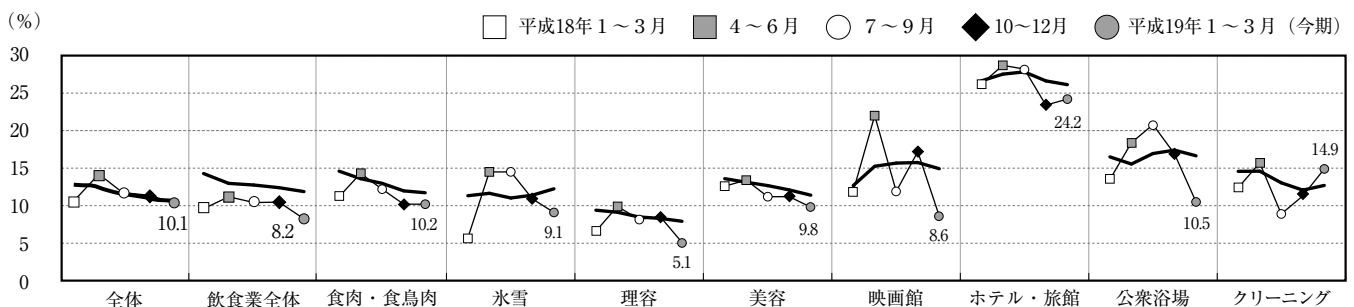
業種別にみると、最も割合が高いのは「ホテル・旅館業」で24.2%となっています。前年同期と比べ上昇したのは、「冰雪販売業」「クリーニング業」の2業種のみでした。

図4 設備投資実施割合の推移



(注) 太線は4期間移動平均の推移

図5 業種別設備投資割合の推移



(注) 太線は4期間移動平均の推移

「どうつきあう？健康食品」

＜社団法人全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 三木澄子＞

人口高齢化と共に健康志向も高まり健康への関心が広がる中で、健康、美容、栄養補助などを目的とした健康食品、サプリメントが市場にあふれ、スーパーやコンビニエンスストア、薬局にも多くの商品が並んでいます。

健康食品の需要は年々増加傾向にありますが、需要と共に増しているのが、安全性への不安とその有効性の有無です。

実際に、健康食品との付き合い方がよくわからない人も多いのではないのでしょうか。

そんな中、当会員と一般消費者を対象に「いわゆる健康食品」について、2006年1月に利用状況や消費者意識の実態についてアンケートを実施しました。いわゆる健康食品とは、健康に関する効果や食品の機能等を表示して販売されている食品であって保健機能食品や特別用途食品でないものを指します。

◆アンケート結果から見てきたもの

結果は、働き盛りの人たちの利用が多いこと、口コミからの利用が多いこと、テレビなどの健康番組の影響などが垣間見られました。具体的には、

① 6割が健康食品の使用経験者でうち4割が現在も使用中でした。

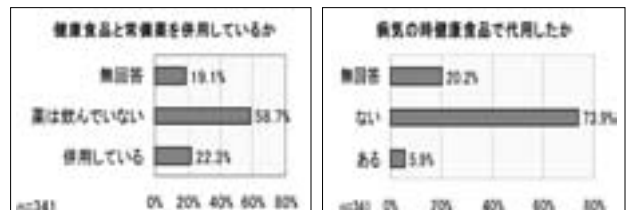
② 40代の使用者が多いことから、体力維持や健康維持に少し自信を失いかけた人が、手軽な健康食品に頼りたいと思い始めていると感じました。



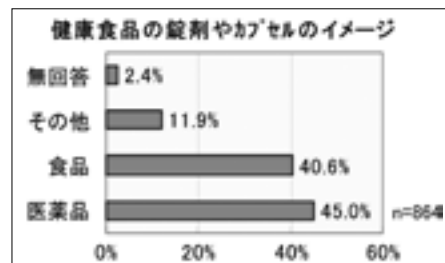
③ 使用のきっかけに、知人・友人が多いのは、身近な口コミからの利用や紹介販売などからの利用があると思われます。



④ 健康食品と常備薬の併用者が2割以上もいることや病気の時の代用に健康食品を使用している人がいるなど問題があることもわかりました。



⑤ 錠剤やカプセルのサプリメントを「医薬品」とイメージする人が多かった割には、健康食品に抱くイメージでは、「身体の働きを助ける・補助するもの」と大半は理解している



ことがわかりました。

これらの結果から、正しい情報はどこにあるのか、健康食品情報の氾濫に振り回されない消費者の育成や行政からの科学的な安全情報の積極的な提供が必要ではと思いました。

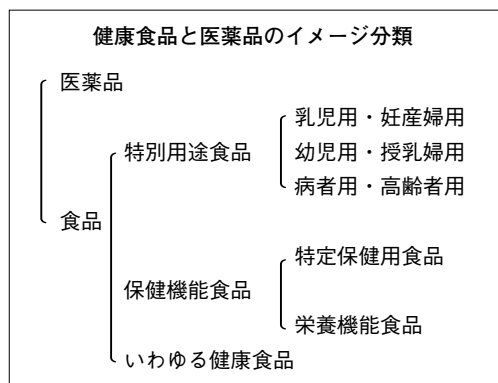
◆健康食品の法的位置づけ

1. 健康食品とは何？

口に入る物は、すべて食品と医薬品（医薬部外品も含む）に分類され、「健康食品」は食品に分類されます。「健康食品」という名称は、健康によいと称して販売されている食品全般を指しますが、法令上の規定はなく、統一的な定義もありません。

2. 健康食品と医薬品の違いは何？

医薬品は、薬事法で規定され疾病の診断や治療または予防に使用され、製品ごとに厚生労働大臣の承認を受けており、認められた効能・効



果をうたえます。

一方、「いわゆる健康食品」は、審査・製造基準・表示の許可・認証・届出といった規制はなく、効能・効果や服用法などの表示や広告もできません。ただし、健康食品の中の特別用途食品や保健機能食品は、限られた範囲で機能などを表示することが国により認められています。

3. 健康食品に係わる主な法律

食品安全基本法、食品衛生法、JAS法、健康増進法、薬事法、景品表示法、特定商取引法な

どがあり、不当表示などについてそれぞれ必要な規制を定めています。

◆安全性の確認

健康食品は医薬品ではなく、あくまで食品の一つであり、食生活の補助的なもの。病気を治すものではありません。

安全性を確認する事が大切です。

①過剰摂取の危険

手軽に買え、形態が錠剤・カプセルとなると大量に摂ることが可能となり過剰摂取による副作用の危険

②医薬品との飲み合わせによる危険

③個人輸入による危険

などが報告されていますので気をつけましょう。

◆健康食品の違反広告表示（例）

『〇〇でガンが消えた』 = 健康食品はあくまでも食品。医師の診察を受けなければならない重篤な疾病について効能効果を表示することは、薬事法違反、健康増進法違反、特定商取引法違反、景品表示法違反にあたる可能性があります。

『全国のテレビ、雑誌で次々紹介！各地で話題沸騰中』 = 事実に基づく表示でなければ景品表示法の有利誤認広告、特定商取引法の誇大広告・虚偽表示にあたる可能性があります。

おわりに

健康食品を過信せず賢く付き合うにはどうすればよいか、その見極めが大切です。

日頃の食生活を振り返り、「健康食品」をあくまでも足りない栄養素を補うための補助的な利用にとどめることが大切です。また、安全性や有効性を考えるとき、科学的な根拠はあるのか、虚偽誇大広告にまどわされない正しい情報を取り入れましょう。

東京都渋谷区代々木1-36-4

全理連ビル8F

理事長 大森 利夫氏

事務局長 堀池 哲也氏

職員数 29名

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



やる気・勇気・元気をスローガンに業界活性化をめざす大森理事長

戦後の全国理容連盟から昭和32年の環衛法（現在の生衛法）制定により、全国理容生活衛生同業組合連合会（以下、連合会と表記）が設立されて、今年で50年になる。

昨年5月、第6代目の理事長に就任した大森利夫氏（59）は「理事の中で私が一番若かった。私が理事長に選ばれたのは業界活性化に寄せる期待が強かったからだと思う。その期待に応えるには、実績を一つ一つあげるしかない」と語る。

掲げる基本理念は、①理容店営業支援事業②理容師育成事業③社会参加事業の充実。新理事長はこの三つの理念の達成に向け、やる気・勇気・元気の「三つの気」をスローガンに、世の

中に「誇れる理容業界」を目指してパワー全開で東奔西走している。

◆現況データ

◇理容師数と理容店舗数＝厚生労働省調べによると、平成18年3月の理容師数は250,407人、理容店舗数は138,855店。

理容師数は平成8年の252,330人をピークに、また理容店舗数は平成元年の144,522店をピークにいずれも減少している。

◇組合加盟＝連合会調べによると、平成18年1月時点での組合員は85,218店。

◆理容店への営業支援事業

理容業を取り巻く環境は、長引く不況と、カット専門店（いわゆるクイックバーバー＝QB）の出現、他産業との競争、加えて後継者難等厳しい状況であることは否めない。

大森理事長は、こうした理容業界内の閉塞感を一気に打破する施策を打ち出した。

◇営業支援事業＝国からの助成金を活用してレディースシェーブ、ニューシャンプー、ニューアイロン技術の講習会などに続いて、平成19年度は①「シェーブエステ」と題しての女性対象のリフトアップマッサージの講習会（女性部）②メンズ・レディースツーペ（かつ

ら）のテクニック講習と販売網の確立③ヘアアイロンテクニックの新メニュー化の提案——などの事業着手を目指している。

大森理事長はこうした事業について「理容の基本技術は営業メニューの宝庫と言っても過言ではない。ところが今や、ツーペは専門会社に、カットは安売り店に、シャンプーや美顔術はエステの業界に奪われている。新しいメニュー化を進めるとともに、原点に戻る必要がある」と強調する。

◆後継者育成へ10年の計

近年の理容学校入学希望者が減少していることに危機感を抱き、若者に理容業への進路選択をいかに促すかが喫緊の課題であるという。

そこで、高等学校における「総合的な学習の時間」の一環として、高等学校へ理容師による“出前授業”ともいべきプログラムを打ち出した。

◇体験学習課外授業の全国展開＝標準的な「理容体験学習プログラム」を連合会が立案して、そのプログラムを高等学校の課外授業の中に取り入れてもらおうというもの。

講師は生徒の年齢に近い青年部などとして、理容の最新情報の提供や先生・生徒をモデルとしたカット、セット、エステシェーブ、ネイルなどを通じ、楽しく体験学習をしてもらえる

守りから攻めへ、営業支援と後継者育成に力点



連合会のシンボルマーク・チョコキちゃん



理容体験学習課外授業風景(昨年8月、愛媛県立伊予農業高等学校で)

プログラムとなっている。連合会は、各都道府県組合に開催費用の一部として20万円を助成する。

大森理事長は「木を育てるには30年、森をつくるには100年かかるが、理容師を育てるには10年が必要」と腰を据えた事業にすることを目指している。このプログラムは、手始めとして愛媛県内の11の県立高等学校で平成18年8月から平成19年7月にかけて開催した内容をモデル事業として、今後、全国の都道府県で順次、実施していく。

◆地域社会と共に歩む

コンプライアンス（法令及び地域の規範）を重視し、子どもから高齢者まで安全で安心して暮らせる福祉社会の構築に向け、地域とより密着した組織運営を目指す。

◇ケア理容師養成研修＝高齢者や障害者に安全で快適な理容サービスを提供するため、



理容技術に合わせて、そうしたお客様の身体状況や障害の特性に対応した知識や技術を習得してもらおうと設けられた制度。

研修修了者には連合会と社団法人シルバーサービス振興会から修了証と

連合会のホームページに都道府県を単位として住所・氏名が掲載され、ケア理容師が従業する理容店としてPRされる。

◆「男のスタイル誌」へ一新



理容店で話題を呼んでいる雑誌「hitoiki」

機関誌「理容展望」がこの4月から情報誌「hitoiki（ひといき）」と改題し、大きくリニューアルした。編集には「POPEYE」「BRUTUS」の編集長を歴任した石川次郎氏が就任、大人向けのセンスあふれる内容、レイアウトも評判を呼んでいる。

理容店ならではのメッセージを発信するのはもちろん、「男のスタイル誌」として提言し、理容師とお客様のあいだ

で話題が膨らむような内容となっている。創刊号では安倍晋三首相の奥様、昭恵夫人と大森理事長の対談を掲載、連合会の内外から注目を浴びた。

◆全国のTV局からPR番組放映

「魅力ある理容業」をPRするため、「驚き！ヘアサロン最前線」と題する30分のTV番組が今、全国で放映中。眞鍋かをり、山田五郎をナビゲータに、各分野に特化したサロンや理容学校の授業風景の紹介を通じて、理容の新しい姿や魅力を伝える。

放映は、地方テレビ局別に2月25日から順次、放映中だ。

◆スキルアップ、ノウハウ蓄積

各地域単位でニューヘア講習会や衛生・消毒講習会（平成19年度は「出張理容における衛生について」がテーマ）、無料毛髪相談、ヘア・カウンセラー資格認定制度の発足など多彩な事業を通じて、多様化・高度化するお客様のニーズに応えている。

また、理容技術の日本一を競う全国理容競技大会や2年に一度開かれる世界理容美容技術選手権大会へ日本代表選手を派遣（去年のモスクワ大会では団体総合で銀メダルを獲得）するなど、お客様に常に最高の技術を提供できるよう業界挙げて取り組んでいる。

再考 和のこころ

世相ウォッチャー 更科 ケイ

日本発「MOTTAINAI」

21世紀の世界を救う!?

江戸の循環型社会

幕末から明治初期に來日した西洋人は、江戸の町に紙くずひとつ落ちていないことに驚いたという。現在の東京の町からは想像できない。

それもそのはず、江戸の社会はリサイクル社会で、紙くずにいたっては「紙くず買い」が商売になっていた。現在のちり紙交換である。紙くず買いは資本を持っていて、不要になった紙を買い取って漉き返す業者に卸していた。

同じように古紙を集めて生活をしてきた人の中でも、資金を持たない者は、町中を歩き回って落ちていく紙を拾って古紙問屋へ持って行ってわずかな日銭を稼いでいた。それでも最

低限の生活ができたという。

こうしたリサイクル社会は、どんなモノも使い尽くす、という日本人の考えが生んだといえる。その考えを表現した言葉が「もったいない」である。日本国語大辞典（小学館）には、「使えるものが捨てられたり、働けるものがその能力を發揮しないでいたりして、惜しい感じである。」と解説されている。

今でも、もったいない精神は受け継がれている。町中ではあまり見られなくなってきたが、魚屋の軒下に古新聞がぶら下がっている光景を見ることがある。古新聞で客が買った魚を包む。東京・吉祥寺の駅前に戦後の闇市の面影を残すハモニカ横丁。そこに店を出

している魚屋でそんな懐かしい光景を見た。写真。

世界共通言語

「MOTTAINAI」

「もったいない」には、自然やモノに対する敬意・愛情が込められている。2004

年にノーベル平和賞を受賞したワンガリ・マータイ氏は、日本人のもったいないという考え方が環境問題を考えるにふさわしい精神であると、「もったいない」を世界に広める活動を行っている。しかし、ほかの言語で表現しようとしても、一語で表わせる言葉がないという。そこで、そのまま「MOTTAINAI」を世界共通の言葉にして広めている。また一つ、日本発の言葉が世界共通語になった。

経済面からもつたいないを考えると、日本の省エネ技術はその精神を受け継いでいるといえる。世界トップクラスの技術は、エネルギー資源をもたない日本な

らではの技術革新の賜物だろう。

一方、食糧事情から考えると、日本は自給率が40%にもかかわらず、残飯率が28%という飽食国家である。日本の残飯を削減するだけで4〜5千万人の命を救えるといわれている。もつたいない精神が生かされていよう。

今や日本は「もつたいない」の母国として、自国のことだけを考えていてはだめだ。世界の人たちと共生するには、まずは、暮らしを見直すことから始めたいものである。



○月×日

なかなか仕事のやる気が起きない。会社なら他の人がいる手前、無理やりやってみようし、締め切りがあればやるしかない。問題は締め切りまで時間がある仕事、それも自宅で書く原稿の場合だ。

パソコンを立ち上げてから実際に仕事を開始するまで8時間もかかったことがあった。パソコンが立ち上がるまでの間、天気がいいことに気付き、「今のうちに洗濯をしよう」と席を立った。洗濯機を回して机に戻るや、「そうだな、布団も干そう！」とまた席を立つ。再度席に戻ってみたらお腹がすいてきている。ここで簡単に済ませればいいものを、「最近野菜を食べていない」と思いつき、冷蔵庫まで行ってみる。そういう時に限って野菜はない。普通ならここであきらめるのだが、「仕事」があると俄然張

働く女性のこだわり日記



り切って、買い物に出かけてしまった。そして一番近くのスーパーでは妥協せず、離れた鮮度のいい八百屋さんまで行ってしまった。帰宅して、料理をするのだが、またここで「仕事」から逃避する。いつもより手をかけ

仕事をはかどらせるには？

た品を何品も作る。時間をかけて食事をし、もちろん満腹になる。ここで自分の怠けぐせを恥じながら机に向かうが、何もしないうちに眠気に襲われた。机でうとうととしていると、洗濯機が止まっている。急いで干したが、ふとクツ

ションカバーが汚れていることに気づいた。普段だったら全く気にならないのに。そして再度クツションカバーの洗濯を始めてしまった。どうやら私の場合は仕事があると家事がはかどるようだ。

こうして姑息な理由ばかり考えて、やつと仕事を始めたのは夜になってからのことだった。

今でもこの傾向は変わらない。そこで「仕事のスピードを3倍にする技術」というハウトゥー本を買ってみた。システム開発者と心理学者が書いた本で、「タスクリストを作る」「キッチンタイマーで作業にかかった時間を計る」などと指南していた。「あまり参考にならない」とほやきながら読んでいると、私にもできそうなことが書かれていた。それは「ご褒美にチョコレートを用意する」というもの。やつとこの本の良さがわかってきて嬉しくなった。



さらに読み進むと、「取りかかりさえすれば、やる気はわく!？」とあった。「やる気が先にでて何かに夢中になるというより、何かに夢中になることで快感を覚えてやる気が出る」そうだな。でも、その最初のやる気が出ない場合はどうする?などと卵が先か、ニワトリが先かと同じような疑問にぶち当たった。本を読んだことで今後何かの成果があればと期待しているのだが…。

(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、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・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

安全・安心への取り組み「Sマーク」



「Sマーク(標準営業約款制度)」は、消費者の皆さまにご利用いただく際の安全・安心の目印です。

現在、「Sマーク」は理容業、美容業、クリーニング業、めん類飲食店営業、一般飲食店営業の5業種で導入されています。

「Sマーク」登録店は次の3つのSを約束します。

Safety…安全であること＝万一事故が発生した場合、事故賠償基準に基いた賠償が行えるよう、損害賠償責任保険に加入しています。

Sanitation…清潔であること＝衛生的なサービスを提供出来るよう、営業施設又は設備についての基準を定めています。

Standard…安心であること＝標準的なサービスが提供出来るよう、提供する役務の内容、基準を細かく定めています。

Sマーク登録には、最寄りの都道府県生活衛生営業指導センターにお問い合わせください。

<http://www.seiei.or.jp/anant/smark.html>

小さなクロスワードパズル

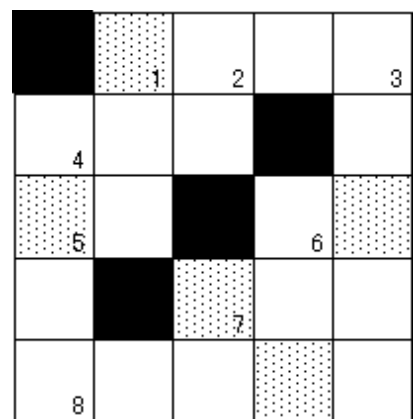
(模様付きの枠に入る文字を並べ替えて言葉を作りましょう)
ヒント：5・6月にちなんだ植物です

【よこのかぎ】

1. 声の美しい黄色の小鳥。
4. 紙や布を貼って作る間仕切り。
5. 払いすぎたら受け取ります。
6. たきびの燃料に。
7. 甘味醤油に漬けた肉に片栗粉をまぶして——〇〇〇揚げ。
8. 動きを封じます。

【たてのかぎ】

1. 織物の模様的一种。
2. 刺身は…。
3. 平凡です。
4. 〇〇〇者——拙く気が利かない。
6. 〇〇〇杖——足を痛めた時に使う。
7. 補い。



(答えはこのページのどこかに)

生衛ジャーナル

5月号 平成19年5月発行 通巻372号

- 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:journals@sugawara-p.co.jp

(おんぎゃく=逆)

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。