

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

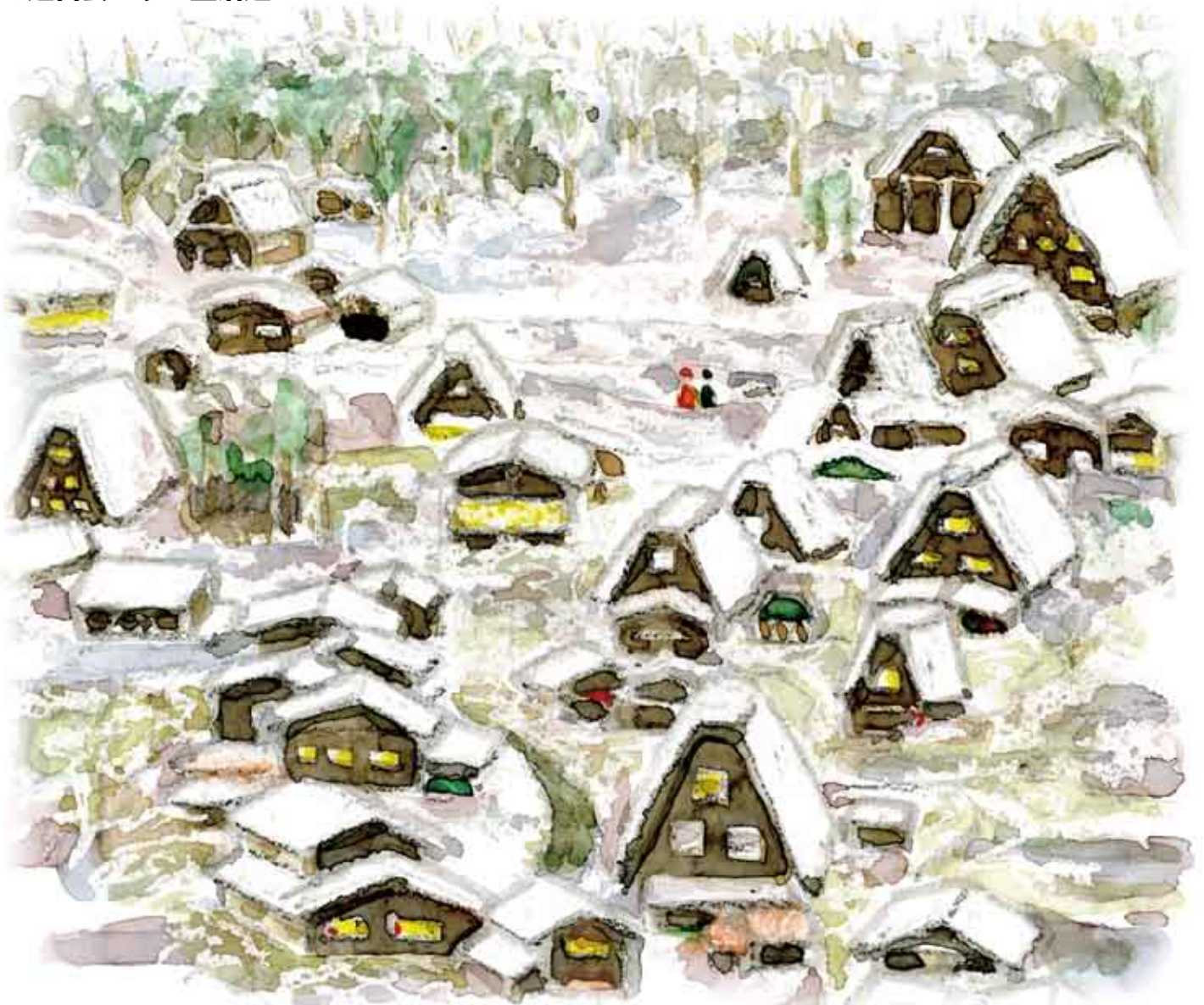
年間テーマ

「広げよう 元気の輪、地域の輪」

- 特集 地産地消
- 時の話題 人の皮膚から万能細胞
- 連合会は今 全浴連

2008

1



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 地産地消	
総論	2
お店探訪	3～9
時の話題 人の皮膚から万能細胞	10
センターにゆうす	11
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
連合会は今・全浴連	20～21
ほっとブレイク	
再考 和のころ	22
働く女性のこだわり日記	23
編集室から	24



下呂温泉 合掌村
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

ふるんていあ

我がふるさと昨今

国民生活金融公庫
副総裁 木村 政之

私のふるさととは長野県南部の伊那谷の最南端飯田という所で、南アルプスと中央アルプスに挟まれた天竜川の河岸段丘にあり、飯田市を中核として1市3町11村の郡部を入れて人口20万人足らずの地域である。

平成の大合併によって3村が飯田市などに合併したものの、まだ11村が残っている。田中康夫前知事が一時住所を定めた泰阜村もその一つであり、11村のうち3村が人口千人以下、私の母方の里である平谷村（ひらやむら）は何と人口558人、65歳以上人口は40%である。

山国特有な一市を中心とした山間僻地を周辺に抱えた地域で、来るべき超高齢化社会の先進地といってもいいような地域である。

私はこの飯田市の近郊にもともと農家であった実家を残し、一月に1、2回週末に帰省しながら田畑家屋敷を維持管理をしているのだが、時には俄か百姓に変身してトラクターなども駆使して野菜なども作っている。何を隠そう私はれっきとした農協組合員でもある。

この地域は昔も今もそう変わらない、りんご、なし等の果樹を中心とした農業（私の実家周辺は市田柿という「ころ柿」の本場）、水引等の地場産業、諏訪、伊那からつづく精密加工産業を中心とした経済であり、また近くに昼神温泉を抱えた生活衛生業種のウェートの高い地域でもある。もう一つ加えると人形劇を中心とした文化の町でもある。

ご多聞にもれず旧市街地はシャッター通りとなり、地方の悩みは全て抱えているといってもいいような地域であるが、良いことが2つある。



1つは、田中知事の脱ダム宣言のおかげで（？）いち早く公共事業依存型経済から脱却できたこと、2つ目は旭松食品、多摩川精機といった地場の企業がキラリ輝く企業として育っていることである。先日、ニューズウィークを見ていて驚いた。多摩川精機が外資が狙う日本企業の一つに入っている。

ざっと我がふるさとを紹介したが、あらためて見直すと生活衛生業といい小さな地場企業といい私の勤務する国金の仕事と大いに関係があるではないか。そして、この10月発足の新公庫においては農林業と連携したところのスローライフ、スローフードの時代に沿った新しいビジネスへの融資も積極的に行われることになるのではないか。

そんなことを思うにつけ、ふるさととはもちろん全国各地の地域活性化のために今後ともいささかでもお役に立てればと気持ちを新たにしているところである。



特集 地産地消



地元食材の発掘が決め手

地域外住民の消費をターゲットに

「いかに地域外に周知するか」が課題

日本大学経済学部講師 池田 光男

今号の「お店探訪」のテーマは“地産地消”である。

最近、地産地消と銘打った料理にお目にかかる機会が増えている。過日、都内の料理店に行ったら、メニューに“地産地消の一品”とあった。はて、東京の地産地消ときたら、東京湾のキス、穴子、アサリなど江戸前の魚介類に、亀戸大根、江戸川区の小松菜の料理と思いきや、九州から取り寄せた食材の料理と言う。産地直送品までが地産地消に化けるほど、この言葉は独り歩きしているようだ。

本来、地産地消とは、地域生産・地域消費の略で、農林水産省の提唱により地域で生産された農業生産物や水産物を、その地域で消費し、農村の食生活改善を目的としたものであった。

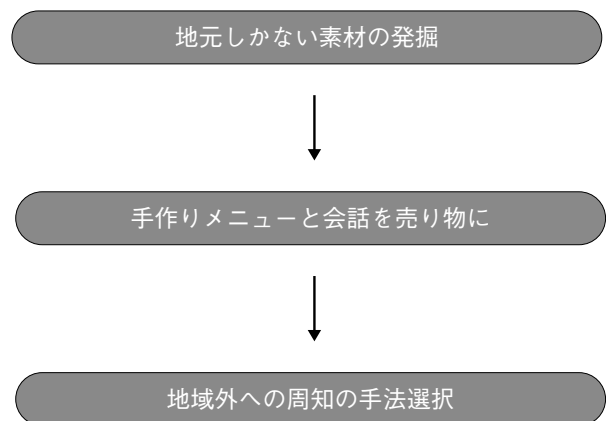
しかし、近年では、その地域で生産された素材を使用した料理は、その地域で食べるのが、最もおいしいというような意味合いに使われ、地元以外の顧客や、観光客誘致の手段に用いられている傾向が強まっている。いまや飽衣飽食の時代、着るものにしても食べるものにしても世の中にあふれている。だから、地元の食材を使った素朴な料理に関心が高まってきているようだ。

今回の「お店訪問」3事例は、地産の素材を用いて現代風の創作料理に挑戦し、地元で元気を取り戻すために奮闘している店である。特徴的なことは、①しっかりしたリーダーが

いること、②その場でしか取れない地物を使った新メニューの開発、③旬の食材活用で、季節ごとに新鮮味を出していること、④顧客とのコミュニケーション作りに熱心であること、⑤観光客の呼び込み、通信販売などで地域への貢献を目指していること等が指摘できる。

特に指摘したいのは、「ふるさと薬膳 凜」、「田舎茶屋 縁満」とも女性グループによる立ち上げであること、地元を何とかしなければという切迫感がうかがえることである。また、開業前にメニュー開発について、熱心に研究会を開いており、いかにも女性らしい用意周到さが滲み出ていることである。

地産地消活動で最も大事なことは、地元の良さを見つけ、それを地元の活性化に生かすべく、力を結集することである。



新鮮野菜はお手のもの

ふるさと薬膳 ^{リン} 凧

住所：愛知県長久手町前熊下田134 代表者：鈴木禮子さん 電話：0561・56・2811

営業時間 9：30（食事は同11：00から）～18：00 定休日：毎月第一月曜日



お店探訪

「凧として始めましょう」。名古屋の郊外、愛知県長久手町の主婦たちがスタート時の意気込みをそのまま店名にした「ふるさと薬膳 凧」が地元で話題を呼んでいる。「農のあるまちづくり」を目指す町の呼びかけで、主婦らが中国の「薬食同源」の考えにより、地元でとれる旬の新鮮野菜をふんだんに使った手作り健康料理の店を開いて8か月余。店は今、お客の絶えない人気レストランになり、隣接の農産物直売所とともに「地産地消」のモデルケースとしても注目を集めている。

（文中、敬称略）

長久手町は、古くは豊臣秀吉、徳川家康の「尾張・長久手の戦い」で知られ、平成

17年に国内外から2,200万人が訪れた「愛・地球博」（愛知万博）ではメイン会場の一つになった。

「ふるさと薬膳 凧」はその万博会場の跡地に近く、町が建設した食と農の広場「あぐりん



あぐりん村のなかにある「凧」



明るく、しゃれた雰囲気「凧」の店内



厨房で忙しく働くスタッフ。赤いスカーフがおしゃれだ

村」(農業を意味する英語のアグリカルチャーをアレンジした愛称)の中にある。訪ねたのはお昼前だったが、すでにほぼ満席。ガラス窓を広くとった店内は明るい日差しが差し込み、木の柱、テーブル、椅子もぬくもりを感じさせる。

店は、地元の主婦らでつくる企業組合「長久手・食と農を考える会」の運営。理事長の鈴木禮子によると、「考える会」ができたのは愛知万博を前に、町が農のある暮らしを目指す「田園バレー構想」を提唱したのがきっかけ。

長久手町は農地や兼業農家が多く、この農地と農産物を活用して町の活性化につなげられないか、との狙いだ。東京から講演に招いた料理研究家の新倉久美子が「女性の起業」をテーマに、地元の食材を使ってレストランを開いた例などを話すのを聞き、「私たちにもで

きるんじゃないかと思った」と鈴木理事長。

都市化が進むなかで、失われていく郷土料理を残したいとの思いもあり、町内の主婦らへ声をかけたところ、30人が賛同して「考える会」が発足した。4年前のこと。

その後、新倉を招いて料理の勉強会を続け、愛知万博の期間中は、町内に置かれたサテライト会場の来場者に葉膳カレーをつくって提供。「これが好評で、店をやっていく自信にもなりました」と鈴木は振り返る。

「あぐりん村」は、地元で収穫したものを地元で食べる地産地消の拠点を目指し、昨年4月にオープン。建物は町が建設し、「凧」と農産物直売所「市・ござらっせ」、それにパン工房が入居。「凧」は鈴木ら30人が1人5万円ずつ出資して設立した企業組合が、直売所とパン工房は隣接の温泉会社がそれぞれ運営する方式だ。

「凧」の料理は「安全でおいしく」をモットーに、食材の生産、加工、調理をすべて会員の手で行っているのが特徴。中でも、会員が一番こだわっているのは、地元の新鮮な食材を使うということだ。

会員は兼業農家の主婦が多いため、それぞれの季節に家で取れた旬の野菜を持ち寄るほか、地元の農家から買い取ったり、直売所から購入したりしている。それも当日の朝、店に届けてもらうのが原則だ。

「旬の新鮮な食材を使うのは、おいしさと栄養価の両方を大事にしたいから。それに



スタッフと一緒に鈴木理事長も大忙し



この日出勤のレストラン部と加工品部の女性スタッフたち

生産者の顔がわかっているの、なにより安心して使えます」と鈴木理事長。

化学調味料は一切使わず、カツオや煮干、昆布など天然のものだけ、というのもおいしさの秘訣だ。

メニューは、血圧が高い、胃腸の具合が悪いといった、その時々々の体の状態に効能のある食材を組み合わせた、5種類の薬膳料理「花五膳」(1,800円)がメイン。たとえば、冬の寒い時期には、健康な人でも腎臓系統が弱くなりがちなため、気力、体力増進に効果的な牛肉と旬菜の薬膳ソース、柚子に生シイタケやホウレンソウなどを詰めた季節感たっぷりの柚子釜、旬菜のてんぷらなど冬メニューの「椿つばき」がお勧めという。

「花五膳」の品数はそのまま、量を減らして食べやすくした「口福膳」(1,200円)や、地元の野菜、肉を16種類のスパイスで煮込んだ「薬膳カレー」(700円)なども人気。季節ごとにメニューが変わるため、「次は秋のメニューが楽しみ」とリピーターが増え、アレルギーに



冬の人気メニューの一つ、花五膳の「秋桜(コスモス)」。見た目もきれいだ

も気を遣っているの、小さい子供のいる家族にもファンが多い。

「考える会」は、レストラン部と加工品部に分かれ、それぞれ1日に5人ほどが出勤。加工品部は山菜おこわや赤飯、お惣菜などを作り、直売所で展示、販売している。

「凜」は経営も順調。鈴木は「これからも工夫して、おいしくて、健康にいい料理を提供していきたい」と話す。

隣接の直売所では、地元の農家や養豚家が新鮮な農産物や肉を毎朝持ち込み、値段も自分たちで付ける。市価より安く、生産者の住所、氏名も表示されていることから「安心して買える」と地元の消費者に喜ばれている。

生産者は現在210人。「作物の売り場ができ、消費者にも喜ばれることで、野菜作りに張り合いを感じるようになった」とこちらにも好評だ。地産地消のモデルケースということで、各地から視察も後を絶たないという。



▲地元の新鮮野菜が並ぶ直売所は活気がいっぱい

◀地元の米粉や野菜を使った手作りパンが人気の「パン工房」

「能登丼」^{どん} 54店舗が競作

(株) 能登前・幸寿し

住所：石川県穴水町大町チ37-4 経営者：橋本 公生さん (54) 電話：0768・52・2114
営業時間 11：30～14：00 16：30～23：30 定休日：毎週水曜日 URL：http://kouzushi.com/

お店探訪

昨年3月、能登半島地震が発生、大きな被害をもたらした。そして今、同地方の住民たちは懸命に立ち直ろうとしている。その一つとして、食材から食器まで、すべて能登産を使ってオリジナル料理「能登丼」を創作する地域おこしプロジェクトが立ちあがった。この企画に奥能登2市2町のホテル、旅館、飲食店など54店舗が呼応、昨年12月1日から各店でいっせいに自店メニューに加えて能登観光ブームの再来を期している。この「能登丼」競作に、「幸寿し」の橋本公生も喜んで参加、「能登地方をなんとか元気にしたい」とがんばっている。(文中、敬称略)

橋本が営む「幸寿し」は穴水町の、のと鉄道穴水駅前にある。大阪と東京で修業を積み、26年前にオープンした店は、昨年3月の能登半島

地震で店舗が半壊、旧店舗の三軒隣に新店舗が昨年7月完成（広さ約66平方メートル）し、店再開と同時に会社組織となった。

暖流と寒流のぶつかる近辺の好漁場から取れる多種の魚や里山の山菜、キノコなど、新鮮そのものの食材を使ったすし、料理を提供し、地元の人のもとより、観光客らに好評を得ている。

握りずしは、盛り合わせから上握りまで。昼メニューで一番人気を集めてきたのは、みそ汁付きで1,600円の海鮮チラシ。さらに、アンコウの肝あえ、みそが絶品の地元産毛ガニ、穏やかな穴水湾で育ったナマコの腸の塩辛「このわた」、ナマコの卵巣を三角形に干して作った高級珍味「くちこ」といった、ここでしか味わえない食材が、食客の口を満たしてきた。

しかしバブルの崩壊後、能登地方の観光客は減少し、公共事業の抑制も響いて客足が遠のき、3年前には「売り上げが、極端に言えば以前の半分ぐらいに減ってしまった」という。こうした状況は能登地方共通のもので、橋本は「能登に活気を取り戻すためにも」と知恵を絞り、インターネットを活用して能登PRと通信販売を思い立った。

時間をやりくりし、月に1、2回、車で片道1時間半かけて、金沢市内のパソコン教室へ通い、イロハから勉強した。

ホームページには、見どころや最新の出来事、食文化など能登の魅力を満載し、見る人が興味をそそられるよう



能登半島地震から4か月ぶり店再開した「幸寿し」の店先



橋本さん一家（右から）公生さん、妻の弥栄子さん、長女の有子さん

にした。通信販売では最初干物など3、4品目の特産品からスタート。しかし、2か月ぐらいいは何の反応もない。それからしばらくして注文が舞い込み始め、注文が増えるとともに扱う特産品も増やしてきた。

店内では、妻の弥栄子と長女の有子が注文品の発送に忙しい。1昨年暮れ、弥栄子が体調を崩したことから、有子が金沢市での勤めを辞めてスタッフに加わったのだ。2人は発送の際、必ず手書きの手紙と、イカの黒作り、ハーブ、ラベンダーなどをサービスとして添える。購入者からはお礼状や「ぜひ能登を訪れたい」というメールも寄せられ、注文の寄せられない日はないという。

昨年3月の能登半島地震は、大きな被害をもたらし、観光客の減少に拍車を加えた。「幸寿し」も半壊したが、橋本は大町商店会復興副委員長として先頭に立って復興対策と取り組んできており、ホームページでもその状況と住民の頑張りを知らせ、一段と能登のPRに努めている。

そんな橋本のがんばりと機を一にするように、「能登井」競作の話が持ち上がった。「地震では多くの産業が痛手を受けた。食材から食器まで、すべてが能登産のオリジナル井『能登井』で元気を出してもらおう」と、県と奥能登2市2町（輪島市、珠洲市、穴水町、能登町）などで結成する「奥能登ウェルカムプ



穴水の特産品、コノワタやクチコを入れて高級感を出した「能登井」

ロジェクト協議会」がオリジナル創作メニューのコラボレーションを呼び掛けた。

「能登井」の条件は3つ。①奥能登の食材を用いる②能登の

器や箸を使う③健康でヘルシー。

この呼び掛けに、橋本はすぐに応じた。昨年10月、加賀市出身の料理人、道場六三郎をアドバイザーに招いて開かれた「能登井」創作の意見交換会に、橋本は高級品のコノワタとクチコを使った「能登穴水海鮮井」を試作。「道場さんから『うまい』と言ってもらい、自信になった」と、競作がスタートした昨年12月1日から自店メニュー（3,500円）に加えた。この豪華井には、冬の観光客ばかりか、地元リピーターの間からも評判を呼んでいる。

オリジナル「能登井」創作には2市2町の旅館、ホテル、民宿、飲食店、すし店など54店が参加。カニ、カキ、ブリ、と冬に旬を迎える魚介類、能登産コシヒカリ、能登牛や地場野菜などの食材を余すことなく詰めた井には、輪島塗や珠洲焼き、能登島のガラス食器などを使用。能登の味覚を満載した“まるごと能登”の井（600～3,500円）で、今年3月いっぱい、能登の魅力と元気をPRしている。

「私のやってきた試み、そして今回みなさんが編み出した井が、能登再生に結びついてほしい」と橋本は願っている。



お昼に人気がある海鮮ちらし寿し



上にぎり寿し

地野菜でおふくろの味

田舎茶屋 よりみち
縁満

住所：鳥取県東伯郡三朝町大柿594-1 経営者：JA鳥取中央三朝支所・女性会 よばりよいなの会
電話：0858・43・1837 (山口冴子会長)

お店探訪

国内有数のラドン泉「三朝温泉」で知られる東伯郡三朝町。温泉街の情緒ある景観を映す「三徳川」の清



JA鳥取中央三朝支所・女性会
よばりよいなの会山口冴子会長

流と、自然豊かな山々に囲まれた静かな町である。ここに平成19年7月、地元の食材をふんだんに味わえるレストランがオープンした。「田舎茶屋・縁満」。とれたての野菜を使って、一つひとつ手作りされる田舎料理が評判を呼んでいる。切り盛りするのは「JA鳥取中央三朝支所・女性会」の皆さんだ。会長の山口冴子に開店のきっかけや、料理へのこだわりを伺った。(文中、敬称略)

「縁満」は、国道179号線沿いにある「道の駅・楽市楽座」に隣接している。三朝温泉や、世界遺産登録を目指す三徳山にも程近く、週末にもなると多くの観光客が訪れる場所だ。

「縁満」とは、「囲炉裏の縁に人が満ちる食事処にしていきたい」という意味合いを込めて、一般公募で選ばれた名前だ。その名の通り、店内は純和風の落ち着いた空間で、囲炉裏を囲むように座敷が並んでいる。高い天井と、大きな梁が、田舎屋敷のゆったりとした印象を醸し出している。

「もともとは、木材加工所があった場所なんです。数年前から空き家になっていたんです。『せっかく道の駅の隣が空いているん

だから何かやってはどうか』という話が出たのが最初です。JAで話し合った結果、このあたりで気軽に昼食を味わえるお店がなかったことから、レストランをやってはどうか、という案が出ました」

そこで三朝支所女性会の皆さんが立ち上げに参加。50～60代を中心とする有志8人が「よばりよいなの会」を作り、店作りをスタートした。「よばりよいな」とは、方言で「いただきます」の意味。地元の食材のおいしさを、そのまま味わってほしいという、8人の思いが込められた名だ。

「地物にこだわっています。私たちみんな農家ですから、自分の畑でとれたものも使いますし、農家の皆さんが直接、毎朝とれたての野菜を届けてくれます。だから、新鮮さはどこにも負けませんよ。私たちは素人ですから、素人なりにその野菜のおいしさを活かす料理を心がけています。懐かしい田舎料理と、田舎のおばちゃんたちとの会話が、縁満の魅力だと思っています」

メニュー作りには、半年間かかったという。



「田舎茶屋・縁満」の外観

田舎の手作り料理を看板にするため、野菜をふんだんに使った定食や、うどんやそば、カレーなど、試作を繰り返しながら作り上げた。

一番の人気メニューは1,200円の「縁満定食」。炊き込みご飯や、すまし汁、魚料理、和え物、煮物など10品がつく。栄養のバランスや、ボリュームを考慮した一品だ。

この日の炊き込みご飯は「カニご飯」。使われているカニは、近くの三徳川で捕れた「ズガニ（モズクガニ）」だ。ニジマスの塩焼きも、山間ならではの味わい。また、煮物に使われる「こんにゃく」や、漬物などはもちろん自家製。「山菜」は、春に取れたものを塩漬けや加工して保存し、調理に使用している。

定食の料理内容は、季節ごとに旬のものを使うので日替わり。何度食べても飽きないと、地元の人のリピーターも多い。

また、子どもにも人気の「元気カレー」は、ニンニクたっぷりのオリジナル野菜カレーだ。使用するニンニクは、山口さんの畑でとれたもの。野菜を作る農家の皆さんだからこそ、一番おいしい調理法も知っているというわけだ。

「やっぱり『おふくろの味』『伝統の味』を

厨房の様子。女性会の皆さんが手際よく料理を仕上げていく



▲囲炉裏端で味わう田舎料理は、また格別だ。手前の料理が「縁満定食」(1,200円)

◀開放感いっぱいの店内

味わっていただきたいです。私たちが作るのは、野菜がたっぷりで、油を控えめにした健康的なものばかりです。お子さんから、お年寄りまでみなさんに楽しんでいただきたいですね」

週末になると、店内は観光客で満席になるという。メニューも少しずつ増え、予約制でイノシシの肉を使った「ぼたん鍋」や「鳥取和牛ステーキ」なども提供している。ゆっくりしたいという地元の方は、平日を狙って訪れるという。地元の憩いの場としても、すっかり定着してきた。

新鮮な野菜をふんだんに使った、誰もが「ほっ」とできる料理と、女性会のみなさんの温かい人柄が、店の看板になっている。

人の皮膚から万能細胞

人の皮膚細胞に複数の遺伝子を組み込み、さまざまな臓器、組織の細胞に成長する「万能細胞」を作ることに、京都大学再生医科学研究所の山中伸弥教授らのチームが成功した。がん遺伝子を使わず作製することで、難点だったががんの危険性をクリアした成果で、再生医療の臨床応用に向けさらに前進した。

作製に成功した。この技術を用いて、人皮膚細胞にも応用するため、導入する遺伝子のうち、がん遺伝子c-Mycを除いた3個の遺伝子を組み込み、培養方法を工夫することで、iPS細胞を作製することに成功。この細胞が神経、心筋、軟骨などの細胞に分化することも確認された。

とを実証した。今後iPS研究を巡って日米を巻き込んだ熾烈な国際競争が展開されそうだ。

【新たな倫理問題が…】万能細胞として研究されてきた胚性幹細胞が、生命の萌芽である受精卵を壊して作るため、倫理的な問題が指摘された。iPS細胞では体のどこにもある細胞を使うので倫理的な問題がない。再生医療に使う場合、患者自身の体細胞

がん化リスク回避

再生医療へ画期的成果

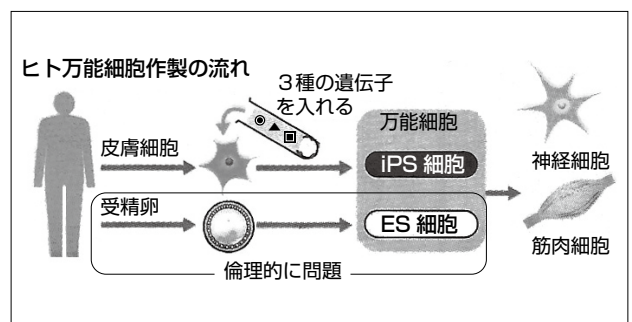
【日米競争へ】一方、山中教授ら日本チームと同時発表の形で、米ウィスコンシン大学チームも人の体細胞でiPS細胞作りに成功したと発表。ところが、その半月ほど後、マサチューセッツ工科大学などの米チームがiPS細胞と遺伝子組み換え技術を使って、マウスの貧血症状を改善することに成功。山中教授らが開発した手法がマウスではあるが、実際に治療可能である

【今後の課題】臨床応用を考えると、クリアしなければならぬ次の大きな壁は、細胞に遺伝子を組み込むベクター(運び屋)の安全性だ。

今回の成功はマウスとは遺伝子レベルで働き方が違う人の細胞で、しかもこれまでのマウスの手法をさらに発展させ、がん遺伝子を使わない手法で成功したことに大きな意味がある。

【日本発の手法】山中教授らが行った06年8月のマウス実験では、受精卵から取り出した胚性幹細胞(ES細胞)で働いている24の遺伝子のうち4つの遺伝子を皮膚の細胞に組み込み、世界で初めてヒトiPS細胞(人工多能性幹細胞)

【チームジャパンで】iPS細胞研究を加速させるため、文部科学省などは全国規模の研究者ネットワーク「iPS研究コンソーシアム」を発足させる一方、来年度予算案に急ぎよ、計33億円を盛り込んだ。(サイエンスライター・橘高 浩一)



山中教授らが使ったベクターは遺伝子治療で用いられるレトロウイルス。がんを引き起こす可能性は残っており、山中教授も「長期間の追跡調査が必要」と話している。

【チームジャパンで】iPS細胞研究を加速させるため、文部科学省などは全国規模の研究者ネットワーク「iPS研究コンソーシアム」を発足させる一方、来年度予算案に急ぎよ、計33億円を盛り込んだ。(サイエンスライター・橘高 浩一)

全国指導センターで生衛業PRチラシを作成

全国指導センターでは、生衛関係16業種の営業がこのところ原油価格の高騰などにより厳しい経営を強いられていることから、地域住民に生衛業の取り組みをPRし、支援を呼びかけるチラシ（A4判）を作成しましたので、皆様方のご活用をお願いいたします。（チラシの配付を希望される方は各都道府県指導センターまでご連絡願います。）

生衛業は、地域の暮らしの安心・安全を守るために頑張っています。

○生衛業は、本来のサービスや飲食等の提供を行うだけでなく、生活衛生同業組合を中心に様々な取組を行っています。

- ☆お店の衛生対策（ノロウイルス、レジオネラ対策など）の推進
- ☆住民の健康増進対策（健康入浴、カロリー表示、分煙対策など）の推進
- ☆表示の適正化対策（原産地表示、Sマーク制度など）の推進
- ☆住民の福祉対策（高齢者等への訪問理美容、宅配サービス、バリアフリー、補助犬同伴受入れなど）の推進
- ☆地球にやさしい環境保全対策（容器包装リサイクル、食品リサイクルなど）の推進 など


○しかしながら、家族経営・零細企業が多く、社会経済情勢の変動の影響を受けやすい営業で、近年の経済の停滞や様々な規制、さらにはこの度の原油価格の急激な高騰によって、大変厳しい経営を強いられています。

○どうぞ、生衛業の健全な営業のために、地域の皆様の暖かいご支援とご協力を引き続きよろしくお願い申し上げます。

生衛業とは、「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」（昭和32年6月3日、法律第164号）に規定する次の業種で、理容師法、美容師法、興行場法、クリーニング業法、公衆浴場法、食品衛生法に基づき、主として公衆衛生の見地から特別の規制を受けている営業です。



(財) 全国生活衛生営業指導センター
 (財) 都道府県生活衛生営業指導センター
 URL: <http://www.seiei.or.jp>



安心と信頼のSマーク
2008.1

全国生活衛生営業指導センター
 ホームページのURL
<http://www.seiei.or.jp>

すし店経営改善ポイントの概要

平成19年12月に厚生労働省健康局がまとめた「飲食店営業（すし店）の実態と経営改善の方策」（以下「実態と改善の方策」という。）のうち、今回、すし店の経営改善ポイントについて、その概要をご紹介します。この「実態と改

善の方策」は、平成18年度生活衛生関係経営実態調査（以下「調査」という。）の調査結果を基に中小企業診断士に依頼し、業界をめぐる諸問題の解決及び経営の近代化・合理化を推進するための資料として取りまとめたものです。

○ すし店営業の経営改善のポイント

ニューコンセプト：エコロジー近代化（4つのR）

■エコロジー近代化とは、社会の構造的変化に対する意識を革新（Renovation）し、地球環境保全を推進（食品廃棄物等のReduce、Reuse、Recycle）し、同時に企業体質の強化も図っていくことを意味します。従来、経営の近代化、合理化を基本方針に掲げ経営基盤の強化を図ってきました。昨今、すし店をめぐる経営環境も大きく変化し、社会構造の大きな転換に対応して、まちづくりへの貢献、地球環境問題への対応、食の安心・安全性の確保など、社会的責任の対応についても新たな責務を負っています。これらの課題に積極的に取り組む包括的な方向性を、エコロジー近代化として、以下に具体的な方策を検討してみたい。

■4つのR：RENOVATION + REDUCE、REUSE、RECYCLE

ア 優先的に取り組む事項

■まず経営指導を受ける

◎地方自治体、商工会議所・商工会、生活衛生営業指導センター等の支援メニューを活用し、専門コンサルタントの派遣を受け入れ、以下の事項について助言や指導を得、エコロジー近代化（4つのR）に取り組む。

■地区飲食同業者組合合同主催研究会の開催：テーマ

- ①地区同業者協働による省エネ・食品リサイクル等環境対策事業の推進。
異業種飲食業と連携し（あるいは単独すし業）、食品廃棄物の発生状況、発生の抑制状況（REDUCE）、食品循環資源の再生利用等（REUSE、RECYCLE）の実態調査を行い、自主改善目標の設定や実施要綱を策定する。

②自治体・NPO等と連携し、飲食業独自の生ゴミリサイクルの仕組みの構築。

（食品リサイクル業者への引取料支払額の大幅削減効果、地産地消）

③地方自治体等主催「リサイクル実施協力店認定」、エコポイント実施店（マイバック・マイ箸：5倍ポイント、レジ袋有料化）等への参加の推進。

イ 個店エコロジー近代化診断の受診

■売上げの不振要因は、消費構造の変化以外に、立地条件の変化も大きく影響している。特に衰退地域に立地するすし店は、需要の見込める中心商業地への移転を検討するにあたって、以下の事項について総合的な経営診断を受診する。

①中心市街地再開発に伴う自店の商圈立地

診断実施、移転の可否を決定

②商圏診断の結果に基づき、新たな業態開発：差別化戦略・戦術の策定

(参考資料:『気軽に誰でも安心して入れる店造りへ』
発行・東京都鮪商生活衛生同業組合)

③中期経営計画(資金調達・借入金返済計画を含む)及び実施計画の策定

④計画(PLAN)→実施(DO)→実績評価(CHECK)→見直し実行(ACTION)→計画(PLAN)、いわゆる経営管理の輪を回し実効性を高める。

■全すし連「すし店.COM」加入と広告宣伝、及び商工会議所・商工会主催ホームページ、又は地域コミュニティ主催情報ポータルサイトを活用し、エコロジー近代化に取り組むすし店の経営理念〔省エネ・リサイクルに徹し、環境の保全、食の安心・安全性の確保は企業としての使命〕を明確に打ち出し、イメージの刷新を図る。

ウ 地域との共生：市民・行政等との連携、協働によるまちづくり

①消費者から、地域商業者(すし店)・商店街に期待される新たな役割・機能

商店街や中心市街地は、その街の活力や個性を代表する「顔」とも言うべき場所です。人が住み、育ち、学び、働き、交流する場として、魅力ある商店街・中心市街地づくりが期待されています。旧来の商店街「商品(モノ)を売る・買う場」から、地域コミュニティの核となって、「生活と文化の担い手=生活文化街、暮らしの広場」に脱皮することが求められています。

②元氣なすし店は和食文化の「顔」的存在

□人々が交流する場から生まれる様々な生活様式=生活文化の中でも、飲食業=食文化は、まちに潤いや生活に豊かさを提供する貴重な生活文化です。折しも11月22日、星印の数で飲食店を格付けする「ミシュランガイド」初の東京版が発売されました。東京都内では本場パリをしのぐ150店舗が星を獲得、食の都としての実力を内外に示しました。『ミシュラン東京』では15のすし店に星がつき、そのうち2店が見事に三つ星、3店が二つ星を獲得されました。

□かつて、「お店」が元氣になれば「商店街」は元氣になり、「まち」も元氣になった良き時代がありました(昭和30年代を描いた映画:ALWAYS 三丁目の夕日)。商業文化が元氣にならない限り、まちも元氣にならないと言っても過言ではありません。元氣な商業を核としたまちづくりを『商業まちづくり』と称し、その中でもすし店は、全国各地で伝統的な食文化を育み、貴重な地域資源として元氣な人々に愛好されています。(参照:中小企業庁18年「地域資源全国展開プロジェクト」事例207)

③市民・地域商業者・行政三者連携、協働によるまちづくりが不可欠

まちを元氣にする機能は、商業機能のみでは限界があります。商業者は一商店街〔点・線型〕の枠を超え、まちづくりの視点〔面型〕に立って、NPO法人など市民グループ・事業者・大学や行政等の都市機能と連携、協働して、にぎわい、交流のまちづくり事業に積極的に参加し、地域と共生していくことが不可欠です。

生活衛生関係営業の経営上の問題点

—生活衛生関係営業の景気動向等調査(平成19年7～9月期)から—

国民生活金融公庫 生活衛生企画部 調査課 城 龍二郎

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7～9月期の調査結果の中から経営上の問題点に注目し、そこから生活衛生関係営業の現状と課題を探ります。

生活衛生関係営業の経営上の問題点をみると、「顧客数の減少」(56.0%)が最も多く、次いで「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」(31.5%)、「客単価の低下」(24.1%)、「店舗施設の狭隘・老朽化」(21.0%)と続いています。それぞれの問題点について、業種別に分析すると次のとおりです。

1 顧客数の減少

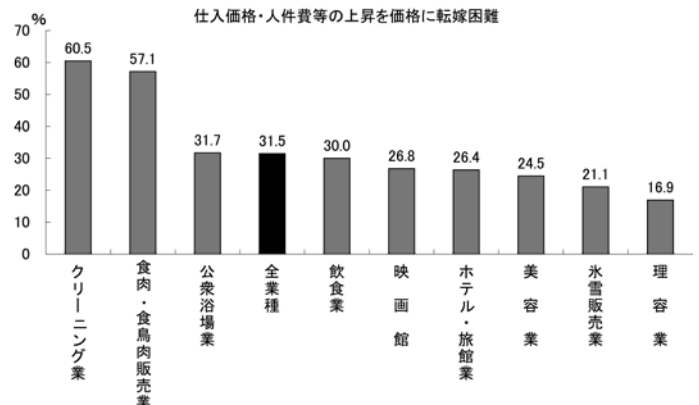
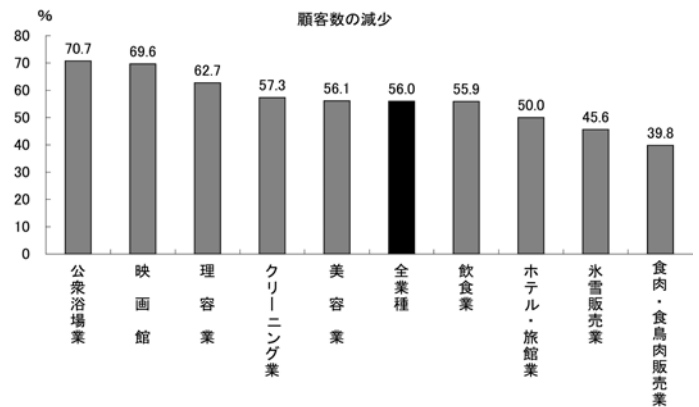
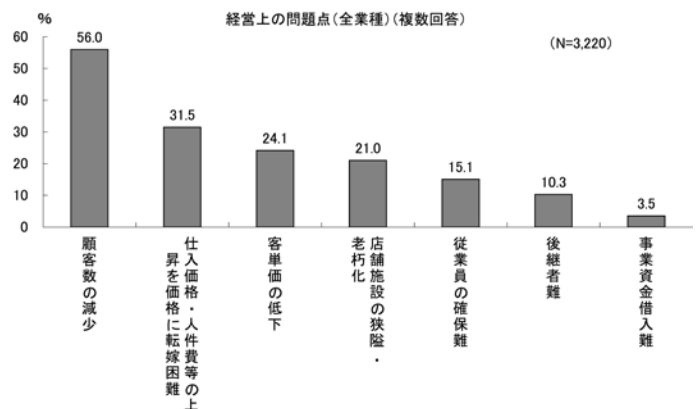
経営上の問題点として顧客数の減少をあげた企業の割合が最も高いのは、「公衆浴場業」(70.7%)で、次いで「映画館」(69.6%)、「理容業」(62.7%)と続いています。

公衆浴場業は、スーパー銭湯など大型施設の進出、映画館は、シネコンの増加、理容業は、低料金カット専門店の増加や男性客の美容室志向等が要因として考えられます。

2 仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難

この問題については、「クリーニング業」(60.5%)が最も高く、次いで「食肉・食鳥肉販売業」(57.1%)となっています。

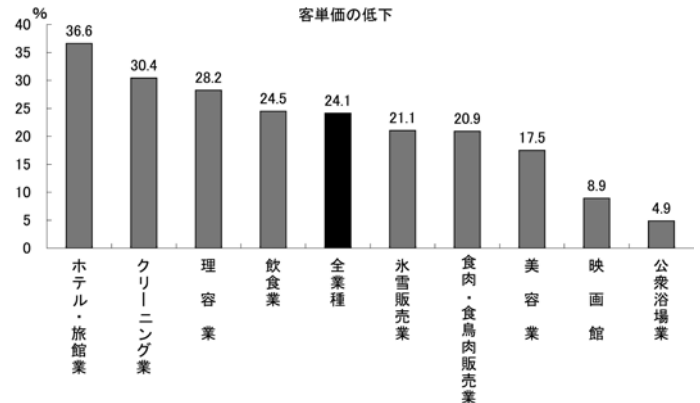
クリーニング業は、原油価格の高騰に伴う原料価格の上昇、食肉・食鳥肉販売業は、飼料価格の高騰に伴う食鳥肉の卸価格の上昇等が要因としてあげられます。顧客離れを防ぐために、仕入価格の上昇分を価格に転嫁できない状況がうかがえます。



3 客単価の低下

客単価の低下については、「ホテル・旅館業」(36.6%)が最も高く、次いで「クリーニング業」(30.4%)となっています。

ホテル・旅館業は、価格競争による宿泊料金の値下げ、クリーニング業は、家庭で洗濯できる衣料品の増加や猛暑が長引いたための持ち込み数の減少等が要因として考えられます。

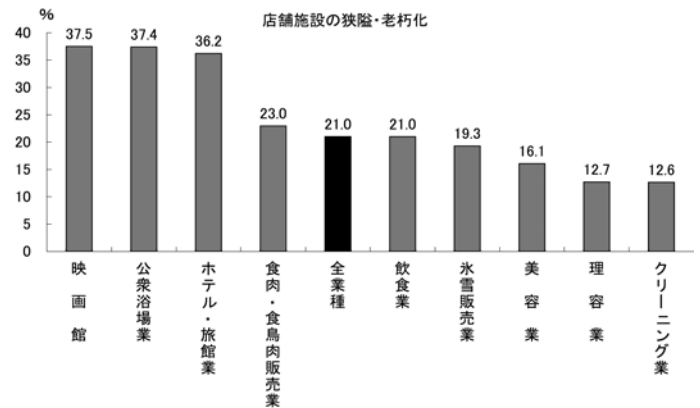


4 店舗施設の狭隘・老朽化

この問題については、「映画館」(37.5%)が最も高く、次いで「公衆浴場業」(37.4%)、「ホテル・旅館業」(36.2%)と続いています。

この3つの業種に共通することは、大掛かりな営業設備が必要で、設備投資が高額になることです。大企業や中堅企業との競争が激しく、設備の拡張や更新を、経営上の課題と考える経営者が多いようです。

以上、経営上の問題点は業種ごとに様々です。できることから改善していくことが大切です。問題点への対策として、調査の中で以下のような事例がありましたのでご紹介します。



問題点	業種	対策事例
顧客数の減少	公衆浴場業	例年、夏季は入浴の客足が減少するので、対策として夏休みの小学生を対象としてスタンプカードを発行し、来場時にスタンプを押印、5回分たまると景品を出す事とした。小学生の入浴が増加し、連れて父兄も来湯し、全体の来客数の増加につながった。
	飲食業	地元の食材を利用した、創作メニューが雑誌やマスコミなどで取り上げられ、県外からのお客様が增加了。
仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難	クリーニング業	クリーニング用のマイバックの配布をはじめた。また、マイバックを用いない場合は、包装用ポリ袋を有料化することにした。
客単価の低下	ホテル・旅館業	一般団体用の部屋を露天風呂つきに改造すると同時に、宿泊料金を値上げした。インターネット等を活用して宣伝広告に注力したところ、リピーターが増加している。
	飲食業	夜の営業に安いセットメニュー（晩酌セットなど）を提供したところ、客単価は下がったが、セットメニューに加えて単品の注文が増え、来店サイクルも月2回から週2回に短縮されたお客様もいたので売上及び利益の大幅なアップにつながった。
店舗施設の狭隘・老朽化	映画館	売店のリニューアルにより収益が増加した。特に夏休み期間中は、子供向けの作品が多く上映され、家族での来場が増え、売店の売行きが好調であった。

便利に使う市販のつゆ類、買う基準は？味は？消費する期限は？

<社団法人全国消費生活相談員協会 「食の研究会」代表 谷 敬子>

I. はじめに

しょう油情報センターの統計によると、ここ数年しょう油の出荷量が伸び悩み、一方でしょう油をベースにした様々なつゆ類・だし類の生産が増えています。

そこで、平成18年12月から翌年1月にかけて、当協会々員とその関係者（有効回答数621）、及びメーカー（有効回答数11社）を対象に市販のつゆ類（以下「つゆ類」という）の利用状況等をアンケート調査しました。

II. 「めん類等用つゆ品質表示基準」とは

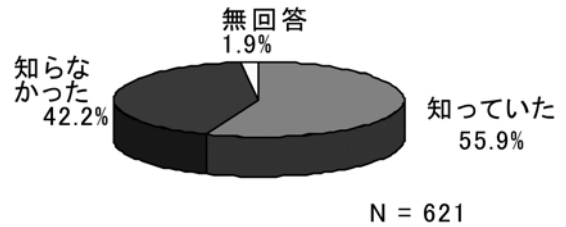
JAS法の個別の加工食品品質表示基準の1つに「めん類等用つゆ品質表示基準」があります。「めん類等用つゆ」の定義は、「しょうゆに砂糖類及び風味原料（かつおぶし、こんぶ、乾しいたけ等をいう）から抽出しただしを加えたもの又はこれにみりん、食塩その他の調味料を加えたものであって、直接又は希釈して、主としてそば、うどん等のめん類のつけ汁、かけ汁若しくは煮込汁又は天ぷらのつけ汁として用いる液体をいう」と定められています。これに当てはまるつゆ類は、一括表示の名称のところに「めんつゆ」又は「つゆ」と書くことができます。原材料名は「しょう油」「風味原料」「砂糖類」の順に記載し、その他原材料及び添加物は一般加工食品のルールと同様に原材料に占める量の多い順に表示すると決められています。その他のつゆ類には定めがなく、名称は「しょう油加工品」「しょう油調味料」等さまざまな表示が見られます。

III. アンケート結果から

Q1 「用途としては大きな違いはないのに、名称が色々あることを知っていましたか」

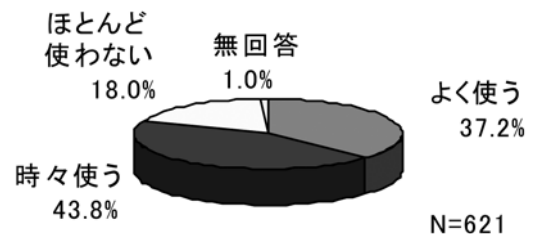
→42.2%の人が「知らなかった」と回答。

4割強の人が「めん類等用つゆ品質表示基準」の存在を知らなかったと言えます。



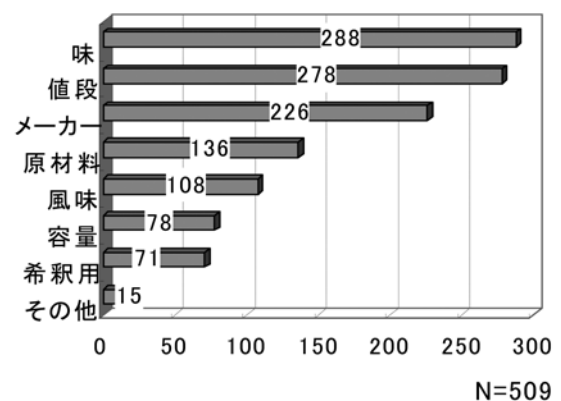
Q2 「市販のつゆ類をよく使いますか」

→「時々使う」が最多で43.8%、次いで「よく使う」が37.2%、合わせると81%の人が利用しています。



Q3 「買う時の基準は何ですか」（複数回答）

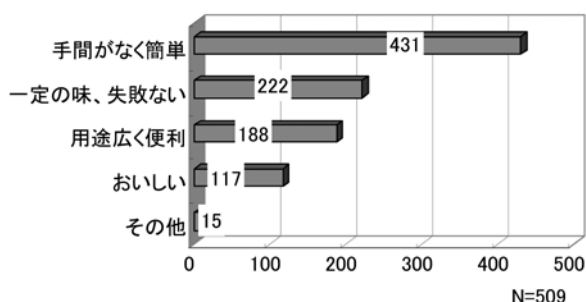
→「味」「値段」「メーカー」の順に重視しています。



Q4 「なぜ利用するのですか」（複数回答）

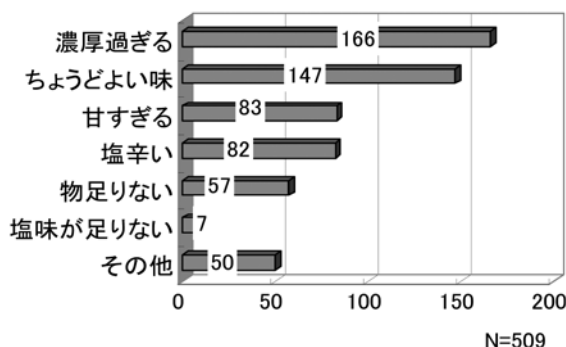
→「おいしい」よりも、「手間がかからず簡単」「一定の味が得られ失敗がない」「用途が広く便利」が優先しています。

消費生活相談の現場から



Q5 「希釈用のつゆ類を、表示どおり希釈した時の味について伺います」(複数回答)

→「濃厚すぎる」が最も多く、2番目は「ちょうどよい味」、3番目以下「甘すぎる」「塩辛い」と味への不満が続いています。



Q6 開栓後、何日ぐらいで使い切っていますか。また冷蔵庫で保存した場合の消費期限はどの位の期間と思いますか。(希釈用の場合)

→どちらの回答も、最も多いのは「1ヶ月」、2番目以下「3ヶ月」「2ヶ月」「3週間」の順です。容器に表示の「開栓後は早めに使ってください」の「早めに」を、具体的に書いてほしいという声がたくさんありました。ちなみに、しょう油情報センターのホームページには「めんつゆ」の開栓後賞味期限(冷蔵庫保管)は、3倍濃縮で、容器に関係なく1~2ヶ月となっています。

賞味期限：おいしく飲食できる期間

消費期限：衛生面から安全性に問題なく飲食できる期間

Q7 「原材料中のしょう油の量は、何%位と思いますか」(3倍濃縮の場合)

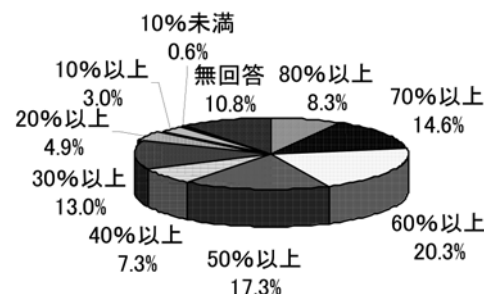
→3倍濃縮では、しょう油の量を「60%以上」と考える人が最も多く、次いで「50%以上」、「70%以上」の順です。

「50%以上」から「80%以上」の回答を合計すると60.5%になり、約6割の人がつゆの半分以上はしょう油だと考えています。

ところが、メーカーの回答は各社異なり、少ない会社は9%、多い会社は40%と約4倍の開きがあります。

市販の「めんつゆ」「つゆ」には、消費者が考えている程、しょう油が使われていないことが分かります。

しょう油使用割合(消費者の回答)



IV. 業界へ提言します

- ・開栓後の消費期限の表示を望む
- ・しょう油使用割合の表示を望む
- ・生活習慣病予防の観点から栄養成分表示を望む
- ・原材料名は、他の一般加工食品と同様に使用量の多い順に表示することを望む
(めん類等用つゆ品質表示基準の改正要)
- ・味の改善を望む →味に不満が多い
- ・小容量の商品の開発を望む
→1人暮らしでも賞味期限内に、使い切れる小さなサイズを
- ・リサイクルを考えた容器改善を望む
→キャップを取り外しやすく

特相員だより——街の知恵、地域の心



優良衛生施設の店舗づくり目指して

□熊本県クリーニング生活衛生同業組合・経営特別相談員□

西山 徹朗

私は現在、熊本市内でクリーニング業を営むかたわら、県クリーニング生活衛生同業組合の専務理事をしております。

特相員は平成8年より務めさせていただいております。主に生活衛生改善貸付が多いのですが、組合員さんのお店に伺い、お話をお聞きする中で、この借入がどれだけプラスになるのか、そして支払いは大丈夫なのかをじっくり見極めながら相談を受けております。融資が決定した時は、本当に嬉しい気持ちになります。

昨今、私どもの組合は高齢化が進んでおり、後継者不足と合わせて組合員さんの減少傾向が見られます。また、燃料費の高騰は、組合員さんの経営を圧迫しております。

組合のメリットを引き出し、講習会

を開催して技術の向上を図るとともに、青年部の育成や優良衛生施設となるような店舗づくりを指導して行きたいと思っております。また、全国クリーニング生活衛生同業組合連合会のご指導のもと、生命共済、国民年金基金などの福利厚生にもさらに力を注いでまいりたいと考えています。

毎年1回の熊本県生活衛生営業指導センター主催による特相員講習を受講して研鑽をつんでおり、今後の活動の糧として頑張っまいりたいと思えます。

この1年、皆様のご多幸とご繁栄をお祈り申し上げます。

「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。

～飲食店営業・喫茶店営業・氷雪販売業・食肉販売業・食鳥肉販売業・旅館業・浴場業・クリーニング業・興行場営業・理容業・美容業を営む皆さまへ～

生活衛生融資のごあんない

●一般貸付●

お使いみち	設備資金 (店舗改装、機械更新など)
ご融資額	7,200万円以内～ 4億円以内 (業種により異なります)

●振興事業貸付●

振興計画の認定を受けている生活衛生同業組合の組合員の方にご利用いただけます。

お使いみち	設備資金 (店舗改装、機械更新など)	運転資金 (材料仕入、諸経費支払など)
ご融資額	1億5,000万円以内～ 7億2,000万円以内 (業種により異なります)	5,700万円以内

●生活衛生同業組合等の経営指導を受けている方にご利用いただける生活衛生改善貸付(無担保・無保証人)もお取り扱いしています。

★くわしくは、お気軽に支店窓口にお問い合わせください。

【公庫ホームページアドレス <http://www.kokukin.go.jp/>】



大きな明日へ いきいき融資

国民生活金融公庫

当公庫は平成20年10月に農林漁業金融公庫、中小企業金融公庫、国際協力銀行(国際金融等業務)と統合し、株式会社日本政策金融公庫となります。

♥ アイロンの達人日本一



クリーニングの総合展示会「クリーンライフビジョン21—2007年大阪大会」が11月23日～25日、大阪市住之江区のインテックス大阪で開催された。その初日、全国10ブロックからの代表がアイロン技術を競う「全国ワ

イシャツ仕上競技大会」が行われた（写真）。
 ルールは15分間で2枚のワイシャツをたたみ・立体で仕上げるといもの。審査項目は乾き具合、シワ、商品価値、競技態度の4つ。主な成績は以下のとおり（敬称略）。

- ◇厚生労働大臣賞＝東海北陸ブロック代表・三田村隆二（福井県）
- ◇大会会長賞＝北海道ブロック代表・本間利吉（北海道）
- ◇ビジョン21賞＝神静ブロック代表・秦勝美（神奈川県）

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

◆ベスト・ヘア賞に三船美佳さん

第35回全日本美容技術選手権大会が11月6日、群馬県前橋市の「ぐんまアリーナ」で開催された。席上、「2007ベスト・ヘア賞」の発表と表彰式が行われ、テレビ、ドラマ、CMなどで大活躍の三船美佳さんが選ば



れた（写真）。
 同賞は全日本美容業生活衛生同業組合連合会（全美連）の会員美容師らからの投票を集計、その結果を全美連が審査し決定するもの。

なお、過去6年間の受賞者は次のとおり（敬称略）。06年＝長澤まさみ、05年＝上戸彩、04年＝石川亜沙美、03年＝優香、02年＝米倉涼子、01年＝菊川怜

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

♠ 「広島ええじゃん鍋」人気

広島県内の郷土料理や特産品などを紹介する「ひろしまフードフェスティバル」が開かれ、400軒のブースで人気を集めたのが「広島ええじゃん鍋」。

広島県飲食業生活衛生同業組合（倉本和義理事長）が「オタフクソース（株）」と共同開発したもの。広島の新名物にしようと、みそベースの特製だしに、広島

産力キや県産の牛肉と豚肉、地元の旬の野菜などが入っている。

広島市、呉市などの飲食店が次々に期間限定メニューに加えたこともあって、県観光振興室も「広島ええじゃん鍋」を出す店をインターネットなどでPR。この冬、同鍋を食べられる店は100軒ほどに増えた。

http://www.kankou.pref.hiroshima.jp/2_info/gourmet/index.php

連合会は今

全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会

東京都千代田区東神田1-10-2
東浴ビル2階
理事長 高橋 元彰氏
事務局長 植村 秀夫氏
職員数 3人
U R L <http://www.1010.or.jp/zenkoku/>

全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会（以下「全浴連」と表記）の、生衛法にもとづく設立時期は昭和33年5月だが、組合の歴史はそれよりずっと古く、大正10年ごろまでさかのぼる。

昭和10年の記録では、全浴連の前身、都市浴場連合会が第14回全国大会を開き、川村忠三郎会長が挨拶に立った、とある。川村会長は、高橋現理事長の母方の祖父である。その頃、川村氏は都内・浅草を中心に銭湯を20軒近くも所有していたという。

10代目の全浴連理事長を務める高橋理事長は今年4期8年目を迎える。モットーは「脚下照顧」「至誠天に通ず」「百言は一誠にしかず」。慢心を戒め、反省を怠らず、人に誠をもって接する、ということである。

「銭湯の発展は、日々の暮らしとともにあった。古くは奈良朝時代、光明皇后が入浴治療を目的とした施浴にはじまり、平安、鎌倉時代の衛生面から普及した蒸し風呂をへて、江戸時代には町奉行が湯屋組合に鑑札制度を敷いて健全な銭湯育成に努

めた。今の物続令のはしりのような体制ができあがった」。長い伝統に培われて発展してきた銭湯の歴史の重みを常に心して行動することを旨としている、という。

■ふれあいマーク



全浴連のシンボルマーク。親子のコミュニケーションと、人と人とのふれあいを表現し、「ゆ」をデザイン化してある。

建物の目立つ場所や看板に、このシンボルマークを掲げる組合員の銭湯も多い。

■三重苦を越えて

全浴連の歴史を通じて、浴場軒数がもっとも多かったのは昭和43年度の17,642軒。その後どんどん減り、平成18年度には全盛時代の約四分の一の4,642件に。銭湯が減る理由は、①家庭風呂が普及した②後継者難③建物の老朽化——が三大要因。

ただ手をこまねいて、原油高を嘆いているわけではない。「もちろん、最近の重油値上げに伴う燃料費の高騰も営業不振要因の一つですが、私たちは環境保全の見地から、燃料を重油よりクリーンエネルギーであるLNG（液化天然ガス）に転換しようと努力中」という。高橋氏が理事長を兼務している都浴場業



「…平成のふれあいを銭湯で!!」のポスターを背にした高橋元彰理事長

生活衛生同業組合の場合だと、3割近くがすでにガスボイラーに切り替えているという。

■棲み分けは可能

スーパー銭湯やヘルスセンターなどに押されている事実も否定できない。だが、高橋理事長は「棲み分けは可能」と断言する。「スーパー銭湯にしろヘルスセンターにしろ、お客様は非日常性を求めてそれらを利用する。そこへいくと、銭湯は日常の生活と不即不離のものです。省力化に努めながら、非日常性の施設が提供するものに負けないものを、心を込めてサービスすればいい」。

一昨年6月、生衛関係16業種のトップを切って、東京都組合が浴場施設内での全面禁煙を実施、あとに山口、鳥取の両県が続いた。高橋理事長が常に提唱

「地域と共に生きる」道を歩む



月刊誌の全国浴場新聞

する、サービスの向上がその狙いである。

■アイデアで銭湯ファン増へ

都組合は都内のすべての銭湯935軒をカバーしたガイドブック「東京銭湯お遍路MAP」(124ページ、税込み300円)と、お遍路スタンプノートを作り、銭湯ファンに配っている。

お遍路スタンプノートのスタンプがいっぱいになると、入浴をもじってニューヨークご招待が抽選で当たる。

■これからの銭湯のあり方

◇健康入浴事業=90%以上の家庭風呂普及で、銭湯の利用客は年を追って減った。しかし、髪結い床と同様に、銭湯もまた昔から町の情報交換の拠点としての役割を果たしてきた。健康入浴という目的を加味して、そうした役割を銭湯に再び負わせようという試みが進んでいる。いわゆる「健康入浴推進事業」がそれである。

平成16年4月、「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、地域住民の健康増進、福祉の向上を目指し、銭湯を会場として多彩なイベントが開催されている。

そして同事業により「健康入浴推進員養成講習会」も開催され、これまで全組合員の三分之一にあたる1,500人が「健康入浴推進員」として認定され、メタボリックシンドロームなど生活習慣病の予防・改善、健康教育・相談の開催、入浴に関する正しい知識の普及など、組合員連携のもとに活躍中だ。

◇ノーフロデー=地球温暖化防止に向け、すでに挙げたガスボイラーの普及と同時に、全浴連では近く「ノーフロデー」を提唱するべく、準備中だ。

「ノーカーデー」ならぬこの運動を広く訴えるため、現在、家庭風呂で消費する水、ガスを炭酸ガスに換算し、例えば10日に1度、各家庭が家庭風呂をやめて銭湯を利用した場合の「地球温暖化防止への寄与率」の数値を算出するなど、基礎データを取ってみたいと言っている。

◇エコロジー銭湯=東京都墨田区にある御谷湯は「エコロジー銭湯」として知られてい

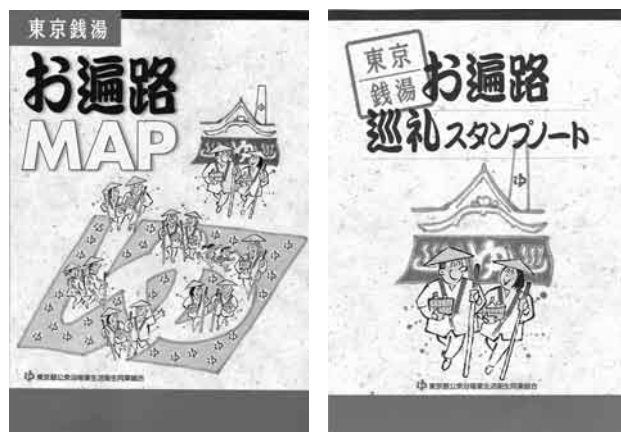
る。主人の伊藤林^{しげる}さんは店の屋根に9トンの雨水タンクを取り付け、店内にある箱庭の滝と池、トイレの流し水に使っている。

また伊藤さんは就職を目指している精神障害者たちの就労訓練の場として受け入れている。

高橋理事長は「御谷湯は一つのテストケースとして今後、全国的に広げていきたい」と期待している。

◇災害時の避難場所=都市における直下型地震のさい、地域住民の避難場所としての役割を負う。実際、過去の大地震で銭湯が避難所になった例や、被災者に無料の入浴をサービスする例が報じられている。

銭湯の多くは鉄筋コンクリート造りで災害に強い耐震施設であることが多い。また、飲料水確保のため、モーターを用意して井戸水の提供を行うなど、災害時に銭湯が果すマニュアル作りを進めている。



都公衆浴場業生活衛生同業組合が作成・配布している「東京銭湯お遍路MAP」(写真左)と、お遍路スタンプノート(同右)

再考 和のこころ

世相ウォッチャー 更科 ケイ

森羅万象に守られてきた

日本人の感謝の気持ち

四十路を過ぎてやっと……

久しぶりに会った人から「お元気でした？」と聞かれれば、「お陰様で……」と答える人が多いだろう。また、組織の記念日などでは代表者が、まず「お陰様をもちまして……」という言葉から話し始めるのが常でもある。

この「お陰様」は、神仏などの陰の中で庇護を受けることを意味し、その恩恵に対するお礼を表す言葉であると理解できる。人はひとりでは生きられない、お互いに支え合う中でお互いが生きてくる、という日本人の哲学がこめられていると思う。しかし、若いときは成果が上がればそれは自分が努力したからだ、と自

分ひとり勝ち得たと錯覚しがちだ。三十路を過ぎ、

四十路を歩き始め路半ばを過ぎてやっと周りの人たちのありがたさが身にしみてくる頃から、「お陰様」の言葉にも実感がこもってくる。

ちなみに、「お陰」は室町時代末頃から使われ、「お陰様」と使われるようになったのは江戸時代以降であるという。その起源となったのはお伊勢参りである。

旅の起源、お伊勢参り

お伊勢参りは、古くは天皇・公家にしか許されていなかった。「政」と神を「祀る」が同一視され、政を担う人たちの信仰のシンボリック存在だったようだ。ところが、武士が政権を握った

鎌倉時代になると伊勢神宮の存在はかけり、危機的状況に陥ってしまう。このとき、お伊勢参りを全国に普及させ、伊勢神宮は太陽の神様、食物の神様として民衆に広めた。以降、国民的な神社となったようだ。

江戸時代になると幕府が神宮を保護。幕府は民衆の旅を禁じていたが、お伊勢参りだけは許可したことから、旅館業や土産物店など日本の旅行産業が興る。旅のガイドブックも登場するほど、お伊勢参りは爆発的に流行した。農村地域でも、お伊勢講を組織し地域の代表者を送り出し、豊作や家内安全を祈願していた。その一方で、代表者は新しい作物の種や農耕具を土産として持ち帰り、地域の繁栄に貢献する役割も担っていたようだ。

こうしたお伊勢参りのお陰に感謝するために、お陰参りもあった。「お陰様で」

という感謝の気持ちを伝えるためであるが、現実的な考え方をすれば、旅の途中で新しい情報や物を仕入れる目的もあったのではないだろうか。それもお陰の一つでもあるかもしれない。

当時、江戸から15日、京都・大阪から4、5日かかるにもかかわらず、江戸中期には450万人もお伊勢参りをしたという。江戸から旅立つ人たちの土産話の一つに、富士山の雄姿の美しさがあっただろう。江戸時代、関西から送られる清酒を「富士見酒」と例えられていたことを考えると、日本人にとって富士山も時代を超えて特別な存在に違いない。



×月△日

ある朝のこと。仕事に出かけようと朝玄関を出ると、思いがけないものが目に入った。捨て猫だ！それも自宅の玄関に！その小さな生き物は震え、緊張し、怯えきった様子で、私はその場に立ち竦んでしまった。私はペットを飼った経験がない。とても汚れ、弱っている仔猫をどうしたらいいものか？考えこんでいると、同じマンションの住人で猫を飼っている人が通りかかった。事情を話し、その隣人に病院へ連れていってもらうことになった。

可哀想な仔猫はどうやらマンションの外から敷地内へと投げ入れられたようだった。そしてフタの空いた餌の缶とその中身が玄関先に散乱していた。仕方なく私は会社には事情を話し、遅刻することを伝え掃除をした。

働く女性のこだわり日記



会社にいても仔猫のことが気になり、病院に電話で様子を尋ねてみた。すると仔猫は脱水症状を起こしているが、元気になるとのことだった。汚れていたのは、おそらくねずみ取りにかかり、無理矢理はがされて、接着剤がまだ柔

らかい毛に付
着していたか

らだそうだ。生後3ヶ月くらいその猫は下痢をしていて、人間を警戒して危険なのでしばらく入院することになった。電話を切ると怒りが込み上げてきた。どうしてこんなひどいことができるのだ

玄関に捨て猫が！



ろう！

独り暮らしで、出張もある私は猫を飼うべきではない。保健所に連絡しても、もらい手を探してもらえないかも……。そこで里親を探す方法を調べるためネットで捨て猫に関する情報を検索したり、知り合いに相談した。しかし動物愛護団体でも猫はなかなか引き取ってもらえないさうだ。それより個人的に里親を探すがいいという意見が多かった。そして動物を捨てた場合の罰金は50万円だということも分かった。

ペットショップではお金を出して買う人もいるのに、猫

の貰い手はなかなかみつからない。こうして仔猫をもらってくれる人を探してみると、意見は大きく二つに分かれる。「高樹さんが飼えばいいのに、猫は手がかからない」と言う人と、「動物は死んで

しまうから、絶対に飼うべきじゃない」という人だ。前者は動物好きの人で、後者は慎重な人。たくさんの人に声を掛けていこうちに、里親探しもさることながら、日頃知ることのない知人たちのこうした「属性」を発見するようになった。興味を持つようになってしまった。意外な人が動物好きで、好きそうな人が案外冷たい反応をする。

両掌に乗るくらい小さなオスの黒猫。優しい飼い主を探していますが、いかがでしょうか？

(テレビ会社国際番組

プロデューサー 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)

アフラック (アメリカンファミリー生命保険会社)

〒163-0456 東京都新宿区西新宿2-1-1 新宿三井ビル

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」



安全・安心を
約束する
3つのS

「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。

「Sマーク」の詳細は、次のURLに掲載。http://www.seiei.or.jp/anant/smark.html

小さなクロスワードパズル

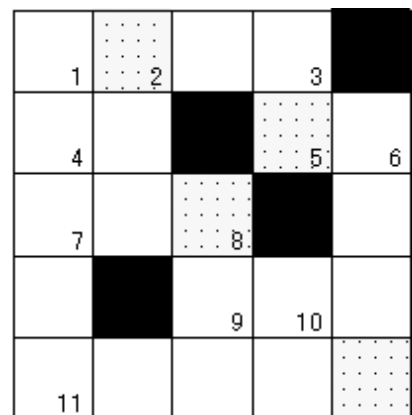
(模様付きの枠に入る文字を並べ替えて言葉を作りましょう)

【よこのかぎ】

- みぞおちのあたり。
- にもかけない――
相手にしない。
- 誰も知らないエピソード。
- お化粧。
- 転倒していること。
- 銀色の花穂をつける水辺の植物。

【たてのかぎ】

- 小さな文字を読むのに使う。
- なかなか帰ろうとしない。
- "むだづかい"のこと。
- 氷に穴を開けて釣る。
- 乾物の一種――独特の臭い。
- 日本独自の音節文字。



(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20年1月発行 通巻376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:journal@sugawara-p.co.jp

(くま+ろ=どき)

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。