

# 生衛ジャーナル

「広げよう  
元気の輪、地域の輪」

2008 **7**



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 集まれ! 仲間たち	
総論 .....	2
お店探訪 .....	3~9
特相員だより .....	10
センターにゆうす .....	11
厚生労働省から .....	12~13
生衛業の地域再生の取組状況 .....	14~15
消費生活相談の現場から .....	16~17
連合会は今・全氷生連編 .....	18~19
せいえい掲示板 .....	20
時の話題 .....	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
Sマークのページ .....	24



沖縄 サンセットビーチ  
表紙画「バント末吉」

## 原稿・情報をお寄せください

### お店探訪

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

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

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

越後湯沢温泉  
湯沢グランドホテル女将  
村山 桂子

この度の岩手・宮城内陸地震で被害に遭われた方々に心からお見舞い申し上げます。

私は今までに3回のピンチを乗り越えてきたと自負しております。

1度目は、私を育ててくれた父を亡くした時です。私を養女として迎え入れ、厳しい躰の中にも実の子以上に愛情を注いでくれ、なに不自由なく育ててくれた父でした。

立ち直りのきっかけは、お客様との触れ合い、さり気ない会話からでした。

2度目は私が53歳のとき、くも膜下出血で倒れ、生死をさまよった末に生還したときです。その後、無事、女将の仕事に復帰できました。「無理は禁物ですよ」との医師の言葉を自身に言い聞かせながら、与えられた仕事はもちろん、お客様に癒やしの心を差し上げられるように一日一日を精一杯、がんばっています。

3度目は、新潟県中越大地震（平成16年10月23日）、そしてその恐怖の覚めない中、再び起きた新潟県中越沖地震（平成19年7月16日）です。

中越地震が襲ったのは、ホテルで宴会が始まろうとしていた時でした。それはもう、ものすごい揺れで、恐怖そのものでした。ただただ夢中で着物の裾をまくりあげ、館内を走り回り、大きな声で「大丈夫ですか!」とお客様にお声をかけ、ひたすらご無事を祈りながら従業員に指示を出していました。「火事場の馬鹿力」とはよく言ったものですね。



ホテルの宿泊客と写真に納まる村山桂子さん(左)

2度の大地震とも風評被害でお客様が激減しました。大勢の社員とその家族を抱える身としては、心中穏やかではありませんでした。しかし、全国の皆様から温かいお言葉、ご支援をいただいたおかげで、日に日に落ち着きを取り戻し、復興に努力してまいりました。このような経験、体験から学ぶことができたことが、まさにピンチをチャンスに変えるきっかけになったのです。

両親を亡くした淋しさからなんとか立ち直り、主人と仲よく歩み、くも膜下出血から生還して健康のありがたさを痛感し、与えられた人生をこつこつと、そして災害で経験、体験したことを教訓に、それぞれの境遇に出会った方々に少しでもお力になれば…とっております。

人生、いろんなことが降りかかってきます。ピンチ（苦労）をたくさん経験した人こそ、人間として大きく成長し、強く逞しく生きていけるのではないのでしょうか。これからはピンチを真正面から受け止め、アイデア一つでチャンスに変えようではありませんか。

ピンチを乗り越えてきた経緯などを『女将は「心の華」でありたい』（文芸社、1,470円）に書かせていただきました。少しでもお役に立てたら…とっております。

明るい未来に向かって前進あるのみ！  
がんばりましょう。

## ピンチをチャンスに変えよう

注：筆者の村山桂子さんは去る7月2、3の両日、千葉県浦安市で開催された「第19回全国女将サミット」で実行委員長を務められました。

## リーダーに求められる強い意志 何をなすべきかの決定と実行力も 仲間たちの連帯行動で地域へも貢献

日本大学経済学部講師 池田 光男

今号の特集のテーマは「集まれ！ 仲間たち」である。

「集まれ！ 仲間たち」というと、子供のころの「鬼ごっこするものこの指とまれ」を思い出すが、子供の世界にしろ、大人の世界にしろ、仲間が集まる場合は、率いる者と率いられる者とに分かれる。

「お店探訪」の3事例を見ると、定食屋「ホットちゃん」は、女性3人が意気投合して開業しているが、この中に必ず開業に向け、協力体制を築くためのリーダーがいたことが推察される。

ラーメン店「醬屋」では、自身のラーメン店のコンセプトが全く同じだったNPO法人に賛同して「緑提灯」を掲げる店として参画している。この場合は、同じ「この指とまれ」でも、率いられる側である。

漁師小料理屋「惣吉」は、日本一の規模の大正レトロの町並みを復元しようと、莫大な資財を投じて、強力な推進力を発揮している。

3事例を通じて、最初に率いる者の働き、つまりリーダーシップについて考えてみよう。まずリーダーにとって必要なのは、意志の強さである。2番目は、何をなすべきかを決め、決められたことを、いかに実行していくかの統率力である。3番目は、これまでになかった影響を第三者なり、地域の再生、発展などに与えることである。4番目にはリーダーは何か新しい事をしなければならぬときこそ、リーダーシップを強力に推進することが大切である。

次に、率いられる側の働きについて見てみよう。率いられる側は子供の鬼ごっこでもいえるが、

この指に協調できるなら、参加することが望ましい。なぜなら今後の利害関係が有利になるからである。「醬屋」のケースを例にとると、自店で国産食材にこだわった食材選びを行ってきたが、NPO法人に参画することでブランド力を高めている。また、食の安全への意識高揚、地産地消への取り組みで、地元農家や漁業者を応援している。これは視野の広さ、洞察力がなければ出来ないことである。

お店探訪には、率いる者、率いられる者が混じっているが、3事例とも地元住民に密着した生衛業として、地域の復興、地域の農・漁業の活性化、町おこしなど、地域への貢献を意識した行動により、地域再興の一端を担っている。

かつて斜陽小樽とまでいわれた小樽を昨年11月に訪れたが、国内のみならず韓国からの観光客が、町並みをそぞろ歩きしている。誘客の中核は惣吉を中心とした街区、小樽寿司屋通り、そして北一硝子の店舗群を核にした特産品小売店の集積である。見事に復活している。

「昔は良かったなー」の回顧だけでは、町は寂れるばかりである。地方に求められているのは、仲間との連帯行動による新しい発想と行動力である。

リーダーの基本は意志の強さ



方向性の決定など主導権の発揮



仲間との連帯行動で地域へも貢献

# 定食屋「ホットちゃん」

住所：石川県穴水町川島イ27-1

経営者代表：辻本 のり子さん

電話：090・4322・9986



## 復興期し温もりの店

能登半島中央部に位置する石川県穴水町は波静かな穴水湾を抱くように広がっている。サザエ、カキなどの海産物に加え、近年リゾート地として伸びてきたこの町も昨年3月の能登半島地震で、大きな被害を受けた。復興への取り組みが続く町内で、今年3月、「ホットちゃん」という定食屋がオープンした。地震で自宅を全壊し、仮設住宅で知り合った女性3人が、「復興に役立てば」と、空き店舗を借りて開いた。地元の高校生が考案した「もずくうどん」を主力メニューに据えた「ホットちゃん」。小さな店構えながら、名前通り温かさいっぱいの店として人気を集めている。

ホットちゃんを開店したのは、元門前町職員の辻本のり子さん、元看護師の皆森照子さん、商店街の近くでスナックを経営していた佐々木静江さんの3人。

3人は、仮設住宅で生活するうち、夕食のおかずなどを交換し合う仲になり、「みんなが集まれる店があればいいのにね」と意気投合。それぞれが生活再建の悩みを抱える3人は、「いっそ自分たちで店を出してしまおうか」と急展開。昨年秋から準備を進め、鮮魚店だった



「ホットちゃん」の外観



3人で能登の旬の味を提供したいと意気込む  
(左から)辻本さん、皆森さん、佐々木さん

約26平方メートルの店舗を借りることになった。

県の被災中小企業復興基金なども活用して店舗を食堂向けに改装し、5席のカウンター席を設けた。冷蔵庫やガスコンロ、食器棚、皿などの備品はリサイクル品を活用したり知人から譲り受けた。

メニューはいたってシンプル。県立穴水高校家庭部生徒が考案したモズク入りのうどんを中心に、能登の野菜や魚、山菜などを組み合わせた日替わり定食、野菜をふんだんに使ったゆでギョーザ、硬めに揚げたドーナツなど3人で、すべて仮設住宅で想を練った食べ物。

店の看板は、石川高専の学生会が地震で被災し解体された住宅廃材を利用した手作り。雨どいも仲間が作ってくれた。

「もずくうどん」は、県立穴水高校家庭部が

地震後、穴水町への応援策を探って、地元の長寿の人たちを対象に行った食生活調査から生まれた。海藻類を食べている人が目立ったことから、穴水湾で採れるモズクに着目、うどんに練り込むことを思い立った。モズクは、粘質成分に脳こうそくの予防につながる抗血液凝固作用などがあるとされ、近年、健康食品として注目されている。

部員らは練り込むモズクの量など工夫を続けて昨年夏に完成。早速、部員6人と顧問の教諭が仮設住宅を訪れ、うどんの玉100食分を贈って入居者を喜ばせた。この時、部員は、「天然モズクは絹モズクと呼ばれ、細く、柔らかい。全国で有名になってほしい」と話す。部員たちの熱意に打たれた3人は、「ホットちゃん」がその足掛かりになればと、メニューの主力にした。

「ホットちゃん」の店名は、昨年9月、新潟県中越沖地震の被災地、新潟県刈羽村の仮設住宅や保育園など4か所を慰問した際、贈った仮設住宅入居者手作りの400枚の手ぬぐいタオルに由来する。「来てくれるお客さんが、ホッとしてくれる店にしたい」（佐々木さんの話）との思いが込められている。

開店前日の3月3日、開店準備で世話になった同町職員や町商工会関係者、仮設住宅でボランティアに従事したグループなど20人を招いて試食会を開いた。高校生が考案したモズクうどんや手作りゆでギョーザ、揚げドーナツを振る舞った。店経営への意気込みを語る3人の姿に、中央商店街副会長の加藤真さんは「町商工会に隣接しており、いろんなイベント会場にもなっている場所。気軽に立ち寄り、しかも料理のうまい店。大いに応援していきたい」という。

値段は、モズク入りうどん、小鉢、ご飯、コーヒーがついた日替わり定



◀店の名前の由来となった手作り手ぬぐいタオル「ホットちゃん」



主力メニューのもずくうどん



「ホウバ飯」と日替わり定食を食べる女性客たち

食で600円。ギョーザ定食600円。うどんは350円。ゆでギョーザ3個で250円、コロッケ1個60円。ドーナツは1袋（5個入り）150円で単品販売。

近くの主婦は「日替わり定食用のハンバーグ5個とほうれん草のゴマ和えの惣菜を買いました。手作りで家庭の味とおなじ。地元の新鮮な野菜や魚がふんだんに使った惣菜。安心して食べられます。しかも値段も格安で、ちょくちょく利用させてもらっています」と歓迎していた。金沢市内から初めて訪れたという男性会社員2人は「日替わり定食は家庭の味、おふくろの味でおいしい。満腹感があるうえ安いので、能登方面に来た際には、また寄りたい」と満足そう。

地元や金沢市、和歌山県など県外から仮設にボランティアに来ている5人の女性も訪れ、日替わり定食を注文。女性たちは「うわー、ハンバーグに、豆腐やイカの足が入っている」とご機嫌。ご飯は、6月上旬までは季節限定メニューの「ホウバ飯」を提供した。「良いにおいがする。懐かしい味」と興奮気味。

「ホウバ飯」について辻本さんは、「季節感を味わってもらおうと、田植えの時期に母から作ってもらった味を頼りに再現した」とい

う。能登の山で調達した洗ったホウバには塩と砂糖を加えたきなこを敷き、その上に炊き立てのご飯を乗せ、さらにきなこをふりかけて包み込み、蒸し上げた。お客様から大好評とあって、辻本さんは「これからも3人で能登の旬の味を提供し、喜んでもらえるようにしていきたい」と意気込んでいる。

開店時には、慰問に行った新潟県中越地震被災地の山古志村からたくさんの山菜、神戸淡路大地震の被災者からは「まけない子象」の人形が送り届けられてきた。さらに、仮設住宅に一緒にいた9歳の三柳春二さんからは、手作りの「パンフラワー」が開店祝として贈られ、開店以来、店の一角で3人を励まし続けている。仮設住宅入居者が作った布ぞうりや子供の洋服の型をした手ふきタオルなども飾られ、布ぞうりは格安で販売されている。

店の看板横には、看板同様の手作り掲示板が掲げられている。「穴水高校が考案したモズクうどんを、穴水町の新特産にしましょう」「商店街にどんなお店があったらよいかなど、同町の復興に向けた皆さんの意見をお願いします」「私たちのきょうの味付けはいかがでしたでしょうか。今後の参考にしたいと思います。正直な意見をお聞かせください」などのメッセージを張り出し、町民や利用者に広く呼びかけている。

PRはしていないが、復興活動の先頭に立つ3人の姿や「おふくろの味」が口コミで伝わり地元の人たち以外からのお客様も増えているという。

「お客様と接することで非常に勉強になります。夢の夢ですが、将来、もう少し広げたいですね」と、辻本さんはひとみを輝かせた。

「ホットちゃん」の開店時間は、平日の午前11時から午後2時、午後4時から6時まで。

# 緑提灯掲げ「国産の味を」

商店街の一角にある「醬屋」



「仕事帰りにちょっと一杯」は赤提灯だが、その赤提灯ならぬ緑提灯の店を最近よく目にするようになった。40%を切った食料の自給

率の低さを嘆く研究者の呼びかけで、国産食材を50%以上使っている店が掲げているもので、中国製冷凍ギョーザ問題などで「食の安全」が問われるなか、全国に広がっている。国産と自家製にこだわる名古屋市のラーメン店「醬屋」におじゃました。

醬屋は電気店や花屋さんが軒を連ねる昔ながらの商店街の一角にある。「尾張名古屋は城でもつ」とうたわれた名古屋城や、緑豊かな名城公園にも近い。

緑提灯を掲げた店内に入ってまず目に付くのは、入り口近くにデンと置かれた製麺機だ。

「自分は脱サラして店を始めたので、よそと同じにはしたくなかった。食の安全というか、国産と手作りにこだわり、麺もスープも自分で作ろうと思ったのです」と語るのは伊藤文彦店長。

伊藤店長は名古屋市の職員をしていたが、何かほかにやりがいのある仕事はないかと、休暇を取って四国の製麺機メーカーが開くラーメン学校をのぞいてみた。そこで「これなら情熱をかけてやれそうだ」と手応えを感じ、1

回6日間のコースを2回、みっちり履修。平成18年11月の開店に際して、まず購入したのが製麺機だった。

この製麺機で毎朝、ラーメン用の麺などを自家製麺するのが伊藤店長の日課だ。使用する小麦粉は北海道産で「市販の麺に比べ、コシが強く、水などの調節が難しい反面、自分で望む麺を作れるところが面白い」と話す。

伊藤店長のこだわりは麺だけではない。

ラーメンのスープは動物系と魚介系のダブルスープで、だしの豚骨は隣町の国産肉専門店が四日市の農家から仕入れ、鶏ガラは豊橋産の三河赤鶏。魚介系のコンブ、ムロアジ、サバ節などはもちろん、ネギやキャベツなどの野菜も国産だ。

ラーメンに入れる半熟卵の卵は知多半島産、チャーシューも商店街にある国産オンリーの肉屋さんから購入してつくった自家製。さらにギョーザの皮は北海道産の小麦粉、具も国産野菜などを使って自分で作っている。

「正直言って、野菜も中国産がはるかに安いのですが、やはり、安全ということを考えると国産になります」とのこと。



▲伊藤店長

◀店先に掲げた4つ星の緑提灯





お昼どきは店内は大忙し

米は愛知県内で専業農家を営んでいる実家からも分けてもらう。「少しでも消費拡大に役立てば」という思いからだ。伊藤店長が国産にこだわるのは、農家の実情を身をもって知るから、という理由もあるかも知れない。

緑提灯は、独立行政法人・農研機構中央農業総合研究センター（茨城県つくば市）の丸山清明所長が「国産食材を使っている店を応援しよう」と呼びかけて平成17年に始まり、これに賛同するNPO法人や店舗、お客様たちによって全国に広がった。

店で使う食材に占める国産品の割合がカロリーベースで50%以上なら星1つ、10ポイント上がるごとに星が増えていく。星の数は店が自主的に申告する。

伊藤店長が星4つの緑提灯を掲げたのは、今年の5月中旬から。たまたま緑提灯を紹介するテレビを見ていて「うちとコンセプトが全く同じ。せっかくだからいただく」と迷わず緑提灯の事務局へ申し込んだ。

主なメニューは、しょうゆ・塩ラーメン、四川風汁なし担々麺（各630円）、ギョーザ（320円）、それに半玉ラーメンとそばろご飯、杏仁豆腐のAランチ（700円）、ラーメンにライスと串カツ2本が付くBランチ（850円）など。

塩ラーメンをいただいてみた。スープはほのかにユズの香りがするまろやかな風味で、



国産鶏肉を使ったそばろご飯（左）と自家製のギョーザ



国産素材でやさしい味の塩ラーメン

初めあっさりした感じだが、魚介や食材のうまみがじわじわと伝わってくる。塩分と油を抑えているため、ギトギトしたところがなく、麺を含めとても優しく、ヘルシーな味だ。自家製のチャーシューや半熟卵も柔らかく、味がよく染みている。

お客様の反響も上々。「国産と自家製にこだわるという店の行き方が、だんだん理解されて来たのでは」と語るように、リピーター客も増えてきた。

店では、天然の魚や塩などで作る魚醤をラーメンやギョーザの隠し味に使うとともに、店の名前にもした。製麺機とともに、食の安全にこだわる店のシンボルと言えよう。

「知多のほうにいい塩があると聞いたら、探せばほかにも面白い食材がありそうです。開店して1年半、少し余裕もできたので、もっといい食材にこだわり、味もよくしていきたい」と伊藤店長の夢は膨らむ。

緑提灯の店はまだ増えそうだ。



店の入り口付近に置かれた製麺機

# レトロ街並み自前で復元



大正・昭和の街並みを再現した「出世前広場」

かつては900万人もの観光客で賑わった「小樽運河」の町も、いま旭川市の「旭山動物園」にその座を譲ることになった。しかし、だまって指をくわえて見てはいない。私財を投じて、日本一の規模の大正から昭和にかけてのレトロな小樽の町並みを復元しようと挑む男の熱い思いと行動力で着々と実現しつつあり、新たな小樽の観光スポットとして脚光を浴びている。

小樽運河通と平行して走る堺町本通。かつては問屋や商店が立ち並んでいた。その一角に「出世前広場」が誕生したのは2年前。大正から昭和初期、小樽駅前にあった「都通商店街」の電気館（映画館）周辺の仲見世の賑わいをモデルに再現、仲見世小路に似せた街並みを再現した。

“仕掛け人”は、蓑谷修さん。「周辺地域への波及効果を考え、行政ともタイアップしてやりたいが、まずは言い出しっぺとしてモデルケースとなる街並みを自前で」立ち上げた。

脱サラした蓑谷さんは、まず平成3年、堺

町本通に小さな店を開く、その後店舗を増やし、現在地を挟んで出世前広場と対角線上にある敷地にも昆布専門店等2棟を数億円を投じて建設。他の2棟にはケーキ屋が併設され、いずれもレトロ調の店構えとなっている。

そして平成18年、念願の出世前広場を5億円を投じて建設した。敷地450坪のうち半分を駐車場、残り半分にレトロ調の建物3棟を配置した。本通に面して2棟を縦に並べ、T字路の奥に「戦後焼跡のバラック長屋」と名付けられた1棟が建つ。

向って右の棟にはオープンカフェ。経営するのは蓑谷さんの構想に賛同する一人でイベント・プロデューサーでもある増田仙吉さん。詩人の野口雨情の名前を借りて「雨情」と名付けた。室内は「大正カフェ」風。メニューも大正の洋食屋を再現して「焼きカステラセット」や「オムハヤシライス」「レトロナポリタン」といったメニューが並ぶ。

カフェの奥が蓑谷さんの直営店「食事処・惣吉」。建物は約120年前の酪農会館を移築し



広場の奥にある「戦後焼け跡バラック長屋」と名付けられた建物



オーナーの蓑谷修さん（右端）と女将の櫻井純子さん（左端）ら「惣吉」のスタッフ

た。目を見張るような黒光りする構造材が張り巡らしてある。

「故郷・利尻島の漁家の賄い料理を現代っ子にも食べてもらいたい」と蓑谷さん自らがメニューを作る。小樽でも珍しい「たちかま」料理をメインに掲げる。「たちかま」とはスケトウダラの白子をかまぼこに加工して調理したもの。天ぷらやフライ、刺身、串焼き、サラダとメニューにも凝る。

「たちかま膳」（1,200円）を筆頭に、「とろろ昆布美食膳」「海鮮納豆膳」そして、北海道を代表する魚、ホッケを使った「ホッケすり身膳」（いずれも800円）を用意。ホッケの身をすり身状にしてこぶし大に握り、汁物や焼きものなど食べ方も漁師風というのが特徴。

「ニシン漁期に入ると番屋などに詰めている漁師たちの賄い用のメニューでした」と、徹底した浜料理にこだわる。味わい深く、舌に馴染む手作りの旨みがなんともいえず温かい。さらに本式のカマドまでこしらえた。本場の職人を呼んで作らせた逸品は、釜3台でご飯を炊ける。「昔の日本人の食生活の原点に立って、食べてもらい、味わってもらうため」という蓑谷さんの、よき時代へのこだわりが随所に見られる。

この棟の二階には、これも直営店の「御宿

櫻井」。この宿を預かるのは女将の櫻井純子さん。古民具やリサイクルの調度品が随所に置かれ、時空を超えた和の異空間でゆったりとくつろげる。

このほか、左の棟には金魚売、傘直し、竹竿売りの売り声が流れ、サーカスのジンタが響き、大正・昭和の時代へタイムスリップする「昔生活道具館」がある。ここも、蓑谷さんの仕掛けたもの。さらに「広場」の突き当たりに建つ「戦後焼跡のバラック長屋」には現在、3店舗が入居、木彫細工工房「金の成木屋」、小樽の老舗寿司店の支店「鮎処・栄六」などがレトロな街並みの“隠れ家”の赴きでノレンを競っている。

蓑谷さんがレトロな街づくりにこだわるのは、「貧しくとも助け合い、一生懸命働き、人も、物も大切にされた大正・昭和の時代をデフォルメする」こと。入居している店の経営者たちは、いずれも蓑谷さんが面接し、自分の“思い入れ”に共感してくれた店子たちである。

「出世前広場」は、蓑谷さんの構想の出発点でもある。堺町本通と色内通<sup>いろない</sup>をつなぐ道2.5キロに大正・昭和の町並みを復元した歴史通りのテーマパーク化を目指している。脱サラして昆布小売業を始めた当時からの、蓑谷さんの思い入れであり、近代商業都市・小樽の観光地構想の集大成でもある。

「出世前広場」の名前の由来は、広場の背後にある小高い丘へ登る道を「出世坂」と呼ばれていたことから。かつての小樽経済人が競って豪邸を構えたことからこう呼ばれたが、いま次代を担う若者たちに起業家への期待を込めて育てようとの構想である。



漁師の賄い料理でもある「ホッケすり身膳」

# 特相員だより



## 改正衛経を皆で勉強、大いに活用を

秋田県美容業生活衛生同業組合・経営特別相談員  
佐々木 佑子

私は秋田県大館市内で美容サロンを営んでおります。現在、県組合副理事長及び大館支部長として、また特相員としては平成6年からお手伝いさせていただいております。

当地域もご多分にもれず、組合員の高齢化に伴う組合員の減少と若い経営者の組合離れが目立ち、組合員に有利な無担保・無保証の融資をさらにアピールして「若い人たちにも入りたい組合」をめざしています。また、理事長陣頭指揮の下、海外アーティストを招いたり、日本のトップクラスの技術者による「スーパーセミナー」を開催し、メイク、着付など、経営の向上・売り上げアップのための講習を行うなど勉強の場をふやしております。

私もまだ現役で働いておりますのでサロン回りは思うように出来ないのが現状ですが、特相員として地域のサロンの手助けになればと融資相談など積

極的に対応しております。また、融資に係わったサロンさんのその後は皆さん前向きに頑張っておられることを見聞きした時など、「少しはお役に立てたかな」と嬉しく思います。

毎年、県生活衛生営業指導センター主催の特相員研修会も受講しておりますが、研修内容も段々にむずかしくなり、大変になってきますが、少しでも組合員の手助けになればと組合にも助けていただきながら、頑張っていきたいと思っております。

特にこの度は生活衛生改善貸付（衛経）の制度改正に伴い勉強を新たにすることで、組合所属の特相員全員が一丸となって勉強させていただきました。

売り上げの伸び悩む時代だからこそ融資を利用して店が明るく元気になるよう、この制度をぜひ活用したいものです。

～飲食店営業・喫茶店営業・冰雪販売業・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。

## ○平成20年度生衛業経営セミナー開催

全国指導センターは生衛業の経営者の皆様方に、経営環境の変化等に対応した事業展開に役立つ知識や情報を得ていただくことを目的に、今年度も生衛業経営セミナーを順次、全国4カ所で開催します。

今年度第1回目の「松江セミナー」は7月3日（木）午後1：00～4：20、島根県松江市内のホテルで開催、生衛関係組合の役職員など約130名が参加しました（写真）。

同セミナーでは、厚生労働省健康局生活衛生課の藤田博課長補佐が「生衛業経営におけるコンプライアンスと危機管理を考える」、株式会社やまと代表取締役（岡山県鯨商生活衛生同業組合理事長）の高橋啓一氏が「6S（整理・整頓・清掃・清潔・躰・作法）とホスピ



タリティ」、全国センターの小宮山健彦専務理事が「生活衛生同業組合の組織と活動—組合活性化と危機管理対応—」をテーマにそれぞれ講演。参加者たちは時おりメモを取りながら熱心に耳を傾けていました。

今後のセミナーの開催予定は次のとおりです。

- ・20年9月8日（月）和歌山県和歌山市
- ・ 〃 11月17日（月）岩手県盛岡市
- ・21年2月 東京都港区



## ○平成20年度生活衛生関係営業指導職員研修会の開催予定について

全国指導センターでは、例年、生活衛生関係営業者を指導監督する職務にある都道府県、市区の職員を対象とした研修会を開催しておりますが、本年度も次のとおり開催を予定しております。

- ・開催期日 平成20年8月28日（木）  
～8月29日（金）
- ・開催場所 全国生衛会館  
（東京都港区新橋6-8-2）
- ・受講対象者 生活衛生関係営業者を指導監督する職務にある都道府県、保健所を設置する市及び特別区の職員（保健所職員を含む）
- ・募集定員 60名
- ・受講料 16,000円



## ○パートタイマー均衡待遇推進助成金について

パートタイマーと正社員の共通の待遇制度やパートタイマーの健康診断制度などを導入

している事業主（労働保険適用事業主であれば規模を問わず）に対して、（財）21世紀職業財団では以下のような助成金による支援を行っています。

助成金の申請方法など詳細については、同

支給対象と支給額	第1回	第2回
1. 正社員と共通の待遇制度の導入	25万円	25万円
2. パートタイマーの能力・職務に応じた待遇制度の導入	15万円	15万円
3. 正社員への転換制度の導入	15万円	15万円
4. 短時間正社員制度の導入	15万円	15万円
5. 教育訓練制度の導入	15万円	15万円
6. 健康診断制度の導入	15万円	15万円

注：第2回目は第1回目の対象者が6ヵ月継続して雇用されている場合支給されます。

財団又は同財団の各地方事務所へお問い合わせください。（21世紀職業財団 URL：<http://www.jiwe.or.jp>）

# 平成20年度 厚生労働省交通安全業務計画について

## 飲酒運転根絶へ酒類提供の店にご協力を

厚生労働省は、交通安全対策基本法（昭和45年法律第110号）第24条第1項の規定に基づき、平成20年度交通安全業務計画を次のとおり定めます。

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

### 第1 高齢者、障害者及び子供に対する施策

#### 1 高齢者に対する交通安全教育の推進

地域の関係団体等における交通安全教育が推進されるよう指導を図ります。

#### 2 障害者等のための生活環境の改善等

(1) 公共施設等の段差解消、誘導ブロックの設置等障害者等に配慮した生活環境の改善を推進します。

(2) 電動車いす使用者に対する事前の操作訓練等の指導の徹底を図ります。

(3) 盲導犬等身体障害者補助犬の利用に対する理解を深めるよう、啓発広報に努めます。

#### 3 子供の遊び場等の確保、幼児に対する交通安全教育の推進及びチャイルドシートの正しい着用の徹底

(1) 路上遊戯等による交通事故を防止するため、児童館等を整備し、子供の遊び場等を確保するとともに、児童館等において、遊びによる生活指導の一環として、交通安全教育の推進を指導します。

(2) 関係機関・団体等との連携・協力を図りながら、計画的かつ継続的な交通安全の推進を指導します。

#### 4 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」の関係事業者に対する周知に努めるとともに、交通労働災害防止担当管理者教育及び自動車運転業務従事者安全衛生教育について指導及び援助を行います。

#### 5 救急医療体制の整備

救急医療体制については、初期、第二次及び第三次からなる救急医療体制の総合的な整備を推進しており、平成20年度においても引き続きその充実を図ります。

#### 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（昭和22年法律第49号）等の関係法令及び「自動車運転者の労働時間等の改善のための基準」（平成元年労働省告示第7号）の履行を確保するための監督指導を実施し、自動車運転者の労働時間等の労働条件の改善を図ります。

また、関係業界及び各事業場における改善意欲の醸成を図ることが肝要であることにかんがみ、自動車労務改善推進員の活用等により、自主的な労務管理の改善が促進されるよう、関係業界等に対する指導及び援助を行います。

## 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 飲酒運転者対策の推進

### (1) 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を通じて、酒類を提供する飲食店等において、運転者への酒類提供の自粛を徹底することで、飲酒運転に関する関係者の交通安全意識の高揚を促進します。

また、職員に対して改正道路交通法の内容の周知を図るとともに、職場等における飲酒運転根絶の機運を醸成します。

### (2) 「常習飲酒運転者対策の推進について」に基づく取組の実施

「常習飲酒運転者対策の推進について」（平成19年12月26日、日常習飲酒運転者対策推

進会議決定）に基づき、アルコールの影響や専門相談機関等の周知、飲酒行動是正のための事業者に対する働きかけに関する取組を実施します。



## 生活衛生関係営業の地域再生の取組状況

—生活衛生関係営業の特別調査「特色ある取組」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特別調査は、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、四半期ごとに実施している景気動向等調査に併せて実施しているテーマ別の調査です。今回は、平成20年2月に実施した「特色ある取組」の調査結果の中から「地域再生\*」に着目し、その取組状況等についてご紹介します。

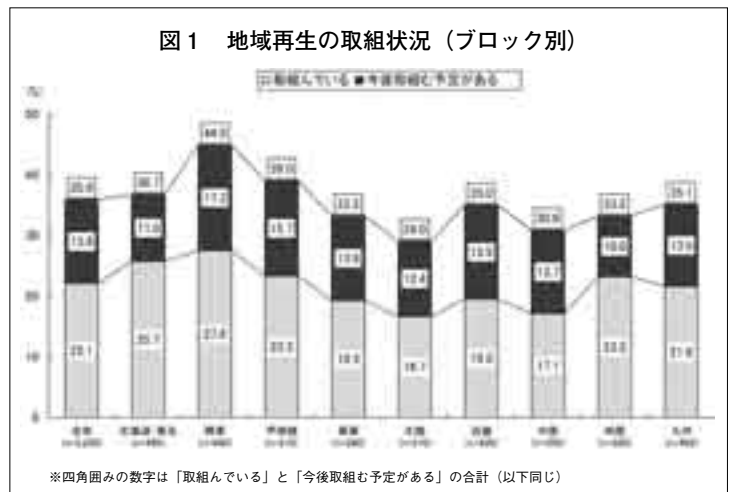
※「地域再生」の取組とは、商店街再生、中心市街地活性化、廃業店舗の承継等と定義し、調査を行いました。

### 1 地域再生の取組状況

#### ① ブロック別

地域再生の取組状況は、全体で「取組んでいる」とする企業の割合が22.1%、「今後取組む予定がある」が13.8%と、合計35.9%の企業が関心を示しています。

ブロック別にみると、「取組んでいる」とする企業の割合が最も高いのは「関東」(27.6%)で、次いで「北海道・東北」(25.7%)、「甲信越」(23.3%)、「四国」(23.2%)となっています。「今後取組む予定がある」を含めても、「関東」が44.9%と最も関心が高くなっています(図1)。



#### ② 業種別

地域再生の取組状況を業種別にみると、「取組んでいる」とする企業の割合が最も高いのは「映画館」(48.2%)で、次いで、「ホテル・旅館業」(33.7%)、「食肉・食鳥肉販売業」(28.2%)、「飲食業」(24.3%)となっています。

「映画館」に関しては、「今後取組む予定がある」を含めると3分の2近くの事業者が関心を示しており、地域再生において、「映画館」がその拠点として大きな役割を担っていることがうかがえます(図2)。



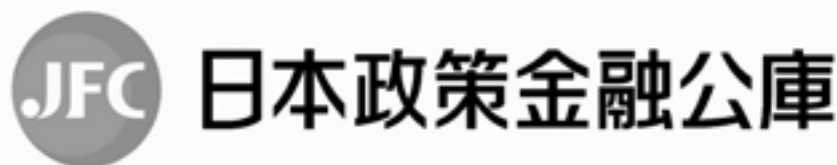


2 地域再生の取組事例

業 種	取組内容
そば・うどん店	地域商店街活性化のための事業について話し合いを行い、インターネットの活用、老人施設の慰問、イルミネーションの点灯など地域商店街のアピール活動に努めている。
喫茶店	近所の映画館とタイアップして、映画を観た人には、飲食料金割引のサービス券を提供している。
その他飲食店	静岡おでんのPRを兼ね、青葉シンボルロードでおでんの店40店程を集めておでん祭りを行っている。30万人程の人出があり、地域の活性化に役立っている。
理容業	保護司として、地域の犯罪防止支援活動に取り組んでいるほか、地域の子供会や婦人団体等とも連携して、地域社会を明るくする運動など、地域ぐるみの犯罪の起きない明るい社会の構築を目指している。
理容業	町内の中心旧商店街の空き店舗の活用について、当店も世話役として手伝いをしており、知人を紹介しその人が農産物の直売店を出店した。町の活性化にこれからも努力したい。
ホテル・旅館業	南房総市観光プロモーションという組織で行政と民間が一緒になり、企画・広告等すべてにおいて共同で行っている。
ホテル・旅館業	富津市観光協会及び商工会等と土産品の開発及び特徴を活かした食べ物の開発を実施し地域の活性化を図っている。

公庫からのお知らせ

- 平成20年7月22日から、国民生活金融公庫の生活衛生関係2部の名称が次のとおり変更しました。  
 生活衛生企画部 → 生活衛生融資部  
 生活衛生融資部 → 生活衛生審査部
- 平成20年10月1日に、国民生活金融公庫は、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（略称「政策公庫」）として新たに発足します。当公庫の事業資金融資は、そのまま政策公庫に承継されます。政策公庫のシンボルマーク、ロゴは以下ようになります。



※ロゴマークの「JFC」は、日本政策金融公庫の英文名称Japan Finance Corporationの略称です。

# 若者を狙う悪質商法～デート商法・次々販売について～

＜社団法人全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 池山 喜美子＞

## ・はじめに

経験不足や知識不足から悪徳業者に狙われる若者の被害は、マルチ商法・アポイントメント商法・キャッチセールス・継続的役務契約・資格商法・携帯電話やネット関連トラブルなど、増加の一途をたどっています。

全国の消費生活センターが受け付け、P I O — N E T（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）に登録された相談件数の中で、契約当事者を年代別に見ると30歳代が19.7%で最も多く、次いで20歳代が15.3%と多くなっています（国民生活センター発行「消費生活年報2007」より）。

## 1. デート商法の事例より

今回はその中から、必要のない高価な宝石類を断り切れずに次々に契約させられ、更に悪質な業者の二次被害に遭った青年の事例を紹介致します。

ある日、こざい格好をした誠実そうな青年が、相談窓口を訪れました。「どうされましたか？」と聞く私に、「信販会社から消費者

センターに相談に行くようにといわれたので。」と言います。抑揚のない口調で、聞かれたことにしか答えない彼からは、悪質業者に騙されたという悔しさが少しも伝わってきません。

2006年4月に倒産した販社は、若者に高価な宝石類をデート商法や次々販売で売りつけ荒稼ぎをして暗躍。

大手企業の会社員である青年は、アポイントメントセールスで、「貴方だけにお得な情報を伝えたい。」という魅力的な女性の誘いに何の疑いも持たずに、会いに出かけたそうです。まず、今はやりのメンズダイヤネックレス180万円を契約。次は、1ヶ月もしないうちに、結婚時に必要と花球真珠3点セット170万円弱。更に半年後に、「注文の商品を引き渡す」と言われ、87万円のネックレスを購入。次は、育毛器。ふさふさの髪に覆われた彼に「何で貴方に育毛器が必要なの？」と聞くと、将来的にはげると脅されたというのです。その後は、貴方をイメージしてデザインしたというエンゲージリング枠や、宝石裸石と契約を次々にさせられてしまったのです。

(円)

契約日	商品名	総支払額	月払金	賞与時払金	残債務
2002.8	ダイヤネックレス	180万	1.8万	6万	支払い済
2002.9	花球真珠セット	169万	1.7万	6万	21万
2003.3	ネックレス	87万	0.9万	3万	2万
2003.7	育毛器	119万	1.2万	4万	12万
2003.10	エンゲージリング枠	92万	0.9万	3万	11万
2005.6	ダイヤ裸石	55万	0.5万	3万	32万
計		702万	7.0万	25万	78万

さらに「今までの貴方の契約を全て解約して、既払い金も取り戻しますよ。」という、公的相

談機関を思わせる名称を名乗る別業者に、言われるままに40万円を振り込んでしまいました。

# 消費生活相談の現場から

その業者は一応信販会社に法律を羅列した文書を出したようですが、連絡が途絶え、支払いも負担になって、相談に来ました。

## 2. 事例から見えること

- ・ 目的を隠して誘い出し、短期間に必要のない宝石類を次々に契約させる。
- ・ いったんは断っているにもかかわらず、相談者の心理を巧みにつき、あれこれと口実をつけて勧誘。
- ・ 短期間に契約金額は700万円を超え、月々の支払金額も7万円を超える。さらにボーナス時の支払いも高額。
- ・ 6件の契約とも契約毎に信販会社を変えている。
- ・ 別業者による、次々販売の二次被害（解約を餌にした更なる被害）

若者の相談では、事例のように

- ・ 販売員の手口へのり、断り切れずに次々に契約。
- ・ お金を取り戻せる・返済が楽になることには心が動く。
- ・ 被害が拡大してからの相談。

が多く見受けられます。

被害者意識の薄い彼は、自分の結んだ契約を整理していく内に、業者が恋人のように近づき、断りにくい状況におかせているという、若者の心理を巧みにつけた商法の手口に気がつきました。そこで支払いを止める為の抗弁書と共に、契約に至るまでの経緯を詳細に書いて、信販会社へ郵送するよう助言することから始まりました。結局販売店は倒産していますので、所謂悪質業者の勧誘・契約時の問題点とこの業者と加盟店契約を結んだ信販会社の責任に対し交渉を繰り返しました。その結果、支払ったお金は戻っ

てきませんが、商品は受け取ったままで、これ以降の支払いはしないでよいことで相談者が了解し何とか合意に漕ぎ着けました。

この若者に限らず、自分から相談処理の進捗状況を問い合わせてくる人は皆無と言えます。指示があれば、きちんと対応できるだけの力はあるのですが、人を疑うことを知らない、自分から考えて動こうとしない積極性のなさには、一抹の不安を覚えます。

## 3. 消費者啓発のご利用を

（社）全国消費生活相談員協会では、小さい頃からの消費者教育が大切という観点に立ち、『初めてのさいふ学』（全10ページ）、小学生や若者向けのパンフレット『トラブルあれこれ小学生編』『トラブルあれこれ若者編』『世の中そんなに甘くない』などわかりやすく読みやすいパンフレットも、多数用意し無料配布中です。

また、今年で8年目になる『消費者問題出前講座』も、全国各地で、会員が講師となり、相談事例に基づいたわかりやすい啓発講座を展開し好評を博しています。消費者トラブルの未然防止と被害救済に役立てて欲しいと、会員は奮闘中です。無料で講師を派遣しますので、みなさまの地域でもご活用ください。なおパンフレット、講座申込み等は当協会ホームページをご参照ください。

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

注1 デート商法とは勧誘時に言葉巧みな話術で異性に好意を抱かせ、それにつけ込んで商品等を販売する商法。

注2 次々販売とは一人の消費者に次から次へと契約させる商法。

# 連合会は今

## 全国冰雪販売業生活衛生同業組合連合会

東京都千代田区外神田3-10-10  
白銀会館5階  
理事長 菅沼 達郎氏  
事務局長 中野 信幸氏  
職員数 2人  
URL <http://www.icenet.or.jp>

全国冰雪販売業生活衛生同業組合連合会（以下「全氷生連」と表記）は昭和34年に設立された。現在、全国13都府県に組合があり、組合員数は約400軒という小さな所帯だ。全国に冰雪販売業者は多いが、組合員を増やすためには、高いハードルをクリアしなければならない。

各県に組合を設立する際には、各県下の冰雪販売業の3分の2以上が参加しなければならない、という規則がある。そのため全国の拠点となる組合がなかなか増えず、組合員を募集することもできない。そこで「純氷ニュース」を発行し、全国の非組合員との交流を図ってこうと頑張っている。

いわゆる“氷屋さんの氷”と呼ばれる「純氷」は「自然の氷をイメージして造られている」という。自然の氷のようにゆっくり、長い時間をかけ、そして凍るまでの間は自然の風に身をゆだねるかのように常に流動させながら凍らせる。

純氷と家庭の冷蔵庫や

製氷機の氷との一番の違いは、透明度・硬さとも格段に優れている点。念入りにろ過することで不純物を含まないため、飲み物のおいしさを最大限に引き出すという。

一般消費者に「純氷」のよさを知ってもらうため、各都府県の組合が独自のイベントを開催して純氷の普及に努めている。近年では、一般消費者は氷をコンビニやスーパーで買い、飲食店でも製氷機で作った氷を使う店が多い。

菅沼理事長は「おいしい水を求め、高級なお酒を求めるのに、なぜ氷は製氷機で作ったものなのか、という矛盾を感じる。まだまだ連合会として広報活動が足りないのかもしれない」と話す。

それでも、今年6月8日(日)に開催した「2008 TOKYO 純氷まつり」は大盛況だった。東京・上野公園という場所柄、家族連れや外国人の入場者も多く、純



菅沼達郎理事長

氷のおいしさや美しさをアピールできたようだ。

### ■「純氷まつり」上野の山に雪を降らせる

純氷まつりは今年で3年目。約1万3,000人の来場者で賑わった。

当日は、135kgの氷約500本を上野公園に運び、入口・出口の門、カクテルやビールを売るアイスバーなどを設営。大人たちは氷のジョッキで飲むビールを楽しみ、子どもたちは降雪機で降らせた雪で作った滑り台でソリ遊びを楽しんでいた。氷彫刻の実演も好評で、NPO法人・日本氷彫刻会の彫刻士の技に見



東京・上野公園で「純氷まつり」 1万3,000人の来場者でにぎわった今年の「純氷まつり」。降雪機で降らせた雪で作った滑り台でソリ遊びに興じる子どもたち（写真左）。会場には氷像の西郷さんも登場（同右）

# 氷雪販売業者を育て、「純氷」普及に力点



全氷生連が発行した  
広報誌『純氷』

入っていた。

当日の様子は、いろいろなニュース番組で取り上げられる予定だった。メディアがたくさん来て取材していたが、秋葉原の事件が起って放送されなかった。「もしも、事件がなければ、もっと純氷を広められたはず」と、菅沼理事長は残念そうに話す。

こうした大きなイベントのときには、高齢化が進む組合員だけでは対応できない。そんなとき氷雪業の2代目、3代目が立ち上げた「東京アイスアカデミー」の人たちの力を借りる。全氷生連は、彼らに研修会を開く場所を提供して協力関係を築いてきた。今後も、純氷のPR活動や社会奉仕活動を目的とするイベントでは、力を出し合っ

## ■「純氷ニュース」で組合員獲得を目指す

昨年から連合会が中心となって年6回の「純氷ニュース」を

発行している。創刊号から3号までは全国の氷雪業者に無料配布し、購読者を募った。その結果、大きな反響があり、組合組織がない地域でも個人で購読してくれる同業者の申し込みも多かった。

純氷ニュースは助成金で制作しているが、大きな目的は休眠中の組合員の復活と、新しい組合員の獲得だ。加えて、組合がない地域の同業者にも業界の情報を伝えたいという目的もあった。その意味では、幸先のよいスタートを切ったといえる。

内容は業界の情報が主だが、最後の紙面に掲載している「アイスネット・ダイレクト」という通信販売が購読者にとって大きなメリットになっている。そこで扱う商品は、仕事の道具や機器類など。単独で購入すれば高額だが、全氷生連がまとまった数を購入することで安価購入を実現している。また、メーカーにとっては1か所で集金できるメリットがある。

ただ、東京の組合員を対象にした値段設定になっている。そのため、ほかの地域から注文すると送料が高くなるが、それでも通常価格よりはるかに安い。この通信販売も、組合がない地域の同業者への力強い支援になっている。

## ■広報誌とマニュアル本で組合員の質の向上へ

いまや氷は冷やすための道具ではない。高級食材として氷を扱うプロに取材した広報誌『純氷』を発行した。編集・制作は食を専門に扱っている雑誌を作っている会社に依頼。その内容は、バーテンダーと寿司職人の氷使いの極意を紹介し、純氷を扱っている全国の13店舗にも取材している。約5,000部を発行し、全国の組合員と製氷メーカーに配布した。

一昨年には『氷雪販売業営業運営マニュアル』も制作した。このマニュアルには、食品として純氷を扱う上で「最低限知っていなければならない事項」「最低限守らなければならない事項」が掲載されている。いわば氷雪販売業の自主衛生管理マニュアルだ。

二つの冊子の中で、『純氷』は営業活動の活性化、『氷雪販売業営業運営マニュアル』は食品衛生対策が柱となっている。全氷生連は、組合員がそれぞれの専門知識をもち、新しい時代に対応できるように支援している。

菅沼理事長は、「まだ純氷の普及に満足してはいないが、もっと大きな課題は衛生問題だ。東京都では配達車を冷凍車に替えると5万円の助成金を出している。今後も組合員の質の向上を目指して、食品衛生に関する知識を徹底したい」と語る。

# せいえい 掲示板

## ♥ クールビズ・ヘアを発表



全国理容生活衛生同業組合連合会（全理連、大森利夫理事長）は、夏を涼しく過ごすための「2008年版・クールビズ・ヘア」を記者発表した（写真）。理容業界として温暖化防止対策に取り組むためのキャンペーンの一環で、ヘアスタイルのほか、標語や省エネコメントを募集し、いずれも優秀作品を発表した。

クールビズ・ヘアの部では全国の理容師さんから50件の応募があり、広島県に加藤進さんの作品が最優秀に選ばれた。

標語の部では一般公募4,736件の中から、東京都の鈴木健之さん（プランナー）の「省エネを意識している君が好き」が最優秀に選ばれた。

省エネコメントには1012件の応募があり、記者会見で大森理事長は「店内に観葉植物を置いたり、ショートヘアのお客様にはシャンプー後にドライヤーを使わずにマッサージ効果を工夫したタオルドライを行うなどのケースが寄せられた」と話していた。

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

## ◆ 「すしの新メニュー」公募・発表



インターネットで一般公募を行い、「すしの

全国すし商生活衛生同業組合連合会は「すしの新食材・新メニュー開発」として

新メニュー」最優秀作品賞1点、優秀作品賞2点、佳作7点を発表した。

全国から400点を超える応募があり、その中から最優秀作品賞に選ばれたのは神奈川県原さんの「ミルフィーユ寿司」（写真）。

同連合会では、この入賞作品を小冊子にして配布し、今後の営業の参考にする予定。

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

## ♠ 「マナーアップの日」制定

鹿児島市・天文館の商店街や警察署、市などが毎月10日を「天文館の日」にすることを決めた。毎月のこの日に、マナーアップを呼びかけたりイベントを開く。

6月10日に天文館本通りの広場で開催された式では鹿児島県社交飲食業生活衛生同業組合の谷川洋造理事長が「活気に満ちた南九州の拠点作りを目指す」とあいさつし、県警音楽隊の演奏で「天文館の日」のスタートを祝った。

## 増える「農家民宿」

農家民宿は全国的に増加傾向にある。

都会の子どもや若者らに泊り込みで農作業や自然の素晴らしさを体験してもらおう「農家民宿」が今、静かなブームを呼んでいる。スローフードやロハス、食の安全・安心を求める消費者嗜好がその背景にあるが、グリーンツーリズム法が施行されたこと、「定年帰農」する団塊の世代が農家民宿を経営することで受け入れの「器」が広がったことなどが挙げられる。農家民宿の動向を追った。

◇ グリーンツーリズム 農家が体験型観光の担い手として自宅に客を泊める農家民宿は、農業や林業などを体験してもらおうグリーンツーリズムの一環として都道府県が推進している事業。「農山漁村滞在型余暇活動促進法」(グリーンツーリズム法)が施行されたのを受け、民宿の開業に必要な旅館業法、食品衛生法などの規制が緩和されたことに伴い、

定年退職を機に農業を目指す人が増えている。新規就農者の半数近くが60歳以上の定年世代。「定年帰農」ブームと

言われるゆえんであり、農家民宿を開業することで若い人たちとの交流を通じて、青年帰農を促すきっかけともなっている。

## 農村再生への期待込め

### 自治体も開業へ側面支援

生徒などを受け入れ

山形 県飯豊町中津川地区の農家8軒が経営する農家民宿が昨年5月、仙台市内の中学生28人を初めて受け入れた。生徒たちは山菜採りやジャガイモの植え付け、シイタケの植菌作業に挑戦、自分で採った食材で作った郷土料理を楽しんだ。

石川県能登町では平成14年に地元の小学校が廃校となり、危機感を募らせた地元民は翌年、自宅を民宿として始められるよう規制緩和する「グリーンツーリズム特区」の認定を受け、農家民宿を営む農家が

増えた。昨年、15軒の農家民宿を2000人が訪れた。神奈川県内の高校生約70人も修学旅行で初めて利用、稲刈りや野菜の収穫、キノコ狩りなどを体験。夏休みには大学生や専門門生が長期間滞在して農業を体験した。農家民宿の経営者の一人は「田舎の良さを肌で感じてもらうことが、農村再生のきっかけになる」と語る。

自治体も応援 青森県は中高生の修学旅行で滞在してもらおうと、県内の農家民宿を紹介したガイド「まるごと青森農業農村体験」(A4判6ページ)を作成し、県外の旅行会社や学校などに配布を始めた。

山形県は農作業や自然を体験するグリーンツーリズムを推進しようと、農家が民宿を営む際に必要な申請手続きをまとめた手引書を作成した。手引書を作成した県農政企画課では「消費者と交流する」として農産物の販路拡大につながったり、訪れた人へのガイドを務めることで農家自身が農村文化を再確認できたりと、農家民宿のメリットは大きい」と話している。

群馬県西部県民局は平成18年10月、農家民宿の開業を目指す人や運営のノウハウを学びたい人を対象とした「農家民宿開業準備講座」(無料、定員30人)を開催した。

ネットワーク 高知県内の民宿経営者ら10人が平成18年5月、「こうち体験ツーリズムネットワーク」を設立。農家民宿の経営者らに必要な知識や技術を学んでもらおうと「こうち体験ツーリズム大学」の研究素案を発表した。

長野県根羽村では今年4月、旅館業の営業許可を取得した農家など9軒が「農家民宿の会」を結成、都市部から修学旅行で訪れる中学生などを分担して受け入れている。

# 再考 和のこころ

世相ウォッチャー 更科 ケイ

## 日本の芸能・文化を

### 支えてきたご鼯眞さん

「ご鼯眞さんの目ほどこわいものはない」

「いよつ、成田屋！」  
市川団十郎が舞台に現れると、大向こうから声がかかる。成田屋は、ご存知のように市川団十郎の家の屋号だ。息子の海老蔵にも同じように声がかかる。

ときには、客席からもご鼯眞さんのかけ声が上がることもある。そんなとき、芝居は観客も一役かっているなど思う。役者には悪いが、舞台上だけではない。

役者は観客によって育てられるという。なかでも、伝統芸能である歌舞伎や文楽、能、舞踊、そして落語もそうだが、ご鼯眞さんに支えられている



いるからだという。海外ではどうだろう。演劇やオペラなどは貴族階級の人たちに支えられてい

と言つてもいいだろう。たしかに演劇評論家のプロの目は鋭い。しかし、ご鼯眞さんの目ほどこわいものはない、と言つた歌舞伎役者がいた。子役時代からのご鼯眞さんは、小さな仕草一つも見逃さない目を持つて

た。それを考えると、大衆が支えてきた日本の伝統芸能のあり方は、特異なのかもしれない。その特異な世界で生まれたご鼯眞さんには、気に入った人を後援する人、引き立てる人という意味がある。昔、芸術家を育てたパトロンという存在があつたが、それとも違う。

役者も店も、ご鼯眞さんと育ち合う関係？

誰にでも鼯眞にしている店の1軒はあるだろう。飲み屋であつたり、蕎麦屋であつたり、寿司屋であつたり……。筆者の鼯眞の居酒屋で「これはすごい！」と思う店長がいる。彼は1度来店した客の顔を忘れない。

その店にはよく初めて行く知り合いを連れて行くのだが、2度目はほかの人を案内するほど、みんなが気に入っている。店

長は筆者と一緒にではなくても、知り合いの顔を覚えていて、会計時に1割引のサービスをしてくれる。

サービスもうれしいが、なにより顔を覚えてくれていることが、客としてはこの上なくうれしいものだ。その店長は、常連客の席には必ず一言あいさつにも来る。これは筆者の株が少し上がったような気にさせてくれ、知り合いに対して少々鼻が高くなる。

そんな居心地のいい店でも、やはり若い店員が失敗することもある。そのときは、会計時に店長に一言進言して帰るようにしている。鼯眞の店には、やはり自分好みを無くしてほしくない。その店との付き合いもかれこれ20年余りになる。

役者も店も、ご鼯眞さんと一緒に歩み、お互いに育ち合う関係にあるのかもしれない。



◎月◎日

私の大好きな年中行事に、フリーマーケット（フリマ）出店がある。毎年春と秋になると家で不要になったものなどを集めて、仲間たちと近くの商店街で店を開く。本業で接客や小売業をした経験がない私にとって、見知らぬ人たちと対面し、物を売ることは憧れでもある。

出品するのは、古着、カバン、靴、アクセサリー、雑貨、食器など、食品以外なら何でも売ってしまおう。これは家の中で必要なものもそうでもないものを吟味できるいい機会で、年に2回こうして家の整理整頓ができるのも楽しみだ。

職場の同僚にも声を掛けると、出品に協力してくれる人たちがいる。会社へ自分の物を大きな紙袋に入れて持って来てくれて、買った時の定価などオフィスで説明をしたり

## 働く女性のこだわり日記

する。私たちのフリマの目的はチャリティーのため、利益は還元できない。けれども喜んで出品を申し出てくれるのはとても有難いことだ。こうしてこの時期は会社から大きな荷物を持って帰宅することになる。中には出品物を宅配で



## “フリマ”で憧れのお店を開く

私の自宅まで送ってくれる人もいる。これはお金がかかってしまい、さすがに申し訳ないので断るようになった。出店料を払い、事前に商品に値段をテープで貼り、準備しておく。売れた商品を入れる紙袋も用意して持っていく。

そして当日は指定された路上にレジャーシートを敷き、決められた時間になると商品を分類し、きれいに並べる。開始時間を守らなくてはいけないのは、お客

さんの中には慣れた人たちがいて、開店前から品定めを始めてしまう人がいるからだ。こうしたフリマの達人たちは、やはりいいものを買って帰る気がする。

特に慣れているのが、外国人の女性のお客さんだ。値切り方が上手で、どこか大阪のおばちゃんたちに似ていて、私などはたじじになっってしまう。

フリマで衣類を買う場合、試着室がないのが問題になる。しかし彼女たちは、ジーンズを選ぶ際に、胴周りをなんと首の太さで測ってしまう。ジーンズなどのウエスト



部分を首に巻き、自分のウエストに合うか試していた。聞いてみると、首回りは胴回りの丁度半分なのだそう。

終了時間が近くなると、残った商品の値段を半額に下げて売れ残りが出ないようにする。衣類などは季節があつて、次回に持ち越すのが難しいからだ。

売れ筋の商品は、ジーンズや子供服と子供のおもちゃだと思う。その他、とても売れそうにない使い古したのも、意外と売れてしまう。一方、なかなか売れないのは本やCDだ。

一日路上で過ごした後は、心地よい充実感に満たされ、私にとってお気に入りの時になる。

（テレビ会社国際番組プロデューサー 高樹かほ）



# マークご存じですか？

## Safety 安全

Sマークの店は損害賠償責任保険加入済み。  
だから万一の事故にもきちんと対応できます。

## Standard 安心

Sマークの店はサービス内容をはっきり掲示。  
安心できるサービスをお約束します。

## Sanitation 清潔

Sマークの店は施設・設備の一定の基準を守って、  
衛生管理をきちんと行っています。

## 厚生労働大臣認可

Sマークの店は「標準営業約款にしたがって営業します」と  
宣言して、厚生労働大臣に認められたお店です。



理容店



美容店



クリーニング店



めん類店



一般飲食店

これからも **S** マークの店を応援してください！

発行／(財) 全国生活衛生営業指導センター

〒105-0004 東京都港区新橋 6-8-2 全国生衛会館 2 階 <http://www.seiei.or.jp>

## 都道府県生活衛生営業指導センター一覧

H20.7.1 現在

北海道	011-615-2112	東京都	03-3445-8751	滋賀県	077-524-2311	香川県	087-862-3334
青森県	017-722-7002	神奈川県	045-212-1102	京都府	075-722-2051	愛媛県	089-924-3305
岩手県	019-624-6642	新潟県	025-283-5900	大阪府	06-6943-5603	高知県	088-872-4124
宮城県	022-343-8763	富山県	076-442-0285	兵庫県	078-361-8097	福岡県	092-651-5115
秋田県	018-835-0020	石川県	076-262-7776	奈良県	0742-33-3140	佐賀県	0952-25-1432
山形県	023-623-4323	福井県	0776-25-2064	和歌山県	073-431-0657	長崎県	095-824-6329
福島県	024-525-4085	山梨県	055-232-1071	鳥取県	0857-29-8590	熊本県	096-362-3061
茨城県	029-225-6603	長野県	026-235-3612	島根県	0852-26-0651	大分県	097-537-4858
栃木県	028-625-2660	岐阜県	058-216-3670	岡山県	086-222-3598	宮崎県	0985-25-1466
群馬県	027-224-1809	静岡県	054-272-7396	広島県	082-532-1200	鹿児島	099-222-8332
埼玉県	048-863-1873	愛知県	052-953-7443	山口県	083-928-7512	沖縄県	098-891-8960
千葉県	043-307-8272	三重県	059-225-4181	徳島県	088-623-7400		

(財)全国生活衛生営業指導センター賛助会員

(50音順、7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

**株式会社太陽美術**

〒135-0024  
東京都江東区清澄2-7-11

**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

アフラック募集代理店(特別)

**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

**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

**日本ハム株式会社**

〒141-6014  
東京都品川区大崎2-1-1

## 生衛ジャーナル

7月号 平成20年7月発行 通巻380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 坂崎 登  
〒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

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。