

編集・発行 財団法人 全国生活衛生営業指導センター

生衛ジャーナル

「広げよう
元気の輪、地域の輪」

2008 **11**



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 知恵を絞って	
総論	2
お店探訪	3～9
センターにゆうす	
秋の叙勲・褒賞受章者一覧	10
生衛功労者表彰など	11
特相員だより	12
せいえい掲示板	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・全飲連編	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
Sマークのページ	24



石川県小松市那谷寺
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

和歌山県理容生活衛生同業組合日高支部長
理容店「TOKOYA no 糸田」経営

糸田 泰典

今の厳しい社会情勢の中、和歌山県の中央部に位置する小さな町（御坊市と日高郡6町合わせて人口約8万人）で、我々組合加盟店と地域の人々との絆を深めることが出来ないかと考え、4つの事業に取り組んでいます。

1. 中学生の「職業体験」の受入れ

支部青年部が中心となって実施計画を立て、近隣市町の教育委員会を訪ねて趣旨を説明し、支部内の全中学校へお願いに行きました。

体験学習の実施にあたっては検討を重ねた結果、生徒には文字ではなくDVD等の動画で、理容店と地域の人達の絆（密着性）をアピールし、授業の中で全生徒に見ていただき、理容店をPRしました。

次に「なぜ、散髪屋さんの定休日は月曜日のところが多いのか？」など理容業に関する疑問点を質問&回答方式でつづったリーフレットを作成しました。体験後、学校に戻って授業やレポート提出の資料としても利用していただけます。

実習時は、理容の仕事よりも大人になるための一助として、挨拶や言葉遣い、礼儀や歩く時には靴を引きずって歩かないなど、社会人としてのルールやマナーにウエイトをおいて実施しました。

当店では、中学2年生（男子）の体験学習を実施しましたが、言葉遣い等を中心に散髪屋さんの仕事のアシストをしてもらい、理容は人の美を造る技術であることやお客様との会話などを3日間で学んでもらえたのではな



体験学習を終えた生徒に修了証書を手渡す筆者（右）

いかと思います。

その後、実習した生徒さん達が新規のお客様になってくれて絆ができたことが受け入れ店側の最大の収穫でした。

2. 高齢者の「福祉理容」

理容業は“待ちの仕事”とされてきましたが、これからは我々が出向き、来店したくても出来ない人に「美の癒し」を提供することも大切な仕事の一つだと考え、組織を挙げて福祉理容事業を展開しています。

3. ホームページ「日高モテ髪倶楽部」の作成

日高支部のホームページを作成し、好評を得ています。各加盟店の紹介はもちろん、地域の異業種のお店などを紹介してリンクを張り、お互いの活性化を図れるよう努めています。

4. CSR（社会的責任）

地域社会に根ざした営業を続けて行く理容店が最も考えなければならないことは、地域社会でのCSR（社会的責任）をどのように果たしていくかということだと思います。この日高地方でも特に風光明媚な煙樹ヶ浜のその美しい景観維持に協力することができればと考え、今年度は組合加盟店の有志を募り、「煙樹ヶ浜クリーン作戦」と題して空き缶やゴミを拾い集める清掃を実施しました。

これからは、理容業だけではなく様々な業種とのコラボレーションを図り、地域社会が望み必要としていることを見極め、それぞれの業を経営していくことが大切だと思います。

地域との4つの絆

自店の経営を見直す絶好の機会

消費者が何を望んでいるのかに注目

テーマを決め、知恵の絞り込みに注力

日本大学経済学部講師 池田 光男

今号の特集のテーマは「知恵を絞って」である。生衛業者にとっての経営上の問題は、顧客数の減少、客単価の低落を筆頭に山積している。加えて、世界景気の悪化が回りまわって、わが国の消費者の支出抑制に影を落とすだけではない。ますます生衛業の経営上の問題点が深刻になることが懸念される。

こんな時こそ、経営環境の悪化にたじろがず、時代の変化に適応していくために、自店の経営を見直す絶好の機会である。過去の惰性で経営を行っていたのでは苦境は乗り越えられないからだ。逆境に手をこまねいているだけでは負けだ。

この観点からすれば、現在はこれらの問題解決に向けて、これまで以上に「知恵を絞る」ことに執着すべき時期と思われる。

「知恵を絞る」とは、いま生じている問題の解決に向け、名案などを求めて、ありったけの知恵を出すことである。知恵の持ち腐れでは、苦境は乗り越えられない。場合によっては、第三者に相談して良い考えや方法を教えてもらうことも必要だ。つまり、知恵を借りるのである。

事例の3店を見ると、知恵はテーマ性をもった商品・サービスの提供に絞られている。

ホテル「舞鶴荘」のテーマは、山形県特産の山形牛であるといえよう。宴会は山形牛の料理がメイン、ホテル内に焼肉専用ルームの設置、敷地内に山形牛専門の焼肉・精肉販売店を運営するなど、山形牛へのこだわりを徹底している。

公衆浴場「鶴亀湯」のテーマは朝湯による高

齢者の健康支援である。朝湯を行なうことで地域の高齢者のふれあいの場を提供している。さらに月替わりや季節変わりに加えオリジナル湯の開発など、知恵を小出しにしながら、集客向上を図っている。

薬膳料理「薬都」のテーマは、薬膳料理である。薬膳は健康増進、病気の予防、延寿を図るものであるが、歴史のある自家製和漢薬製造販売業だけに、生半可な薬膳料理ではない。漢方の原理・原則に沿って、漢方薬と地元の旬の食材を組み合わせたこだわりの調理を行っている。

これらを消費者側からみた支出目的に照らしてみれば、消費者のテーマは、食文化の向上と健康増進である。先行き不透明な時代においては、消費者にとって支出目的が明確になる経営が、重要であることをこの3事例は示唆してくれている。

景気局面が転換、いまや経営見直しの時期



消費者支出の変化に常時注目



テーマを決め、ありったけの知恵を絞ろう

ホテル「舞鶴荘」

住所：山形県天童市鎌田本町2-4-51

取締役社長：渋谷 耕治さん 電話：023・653・3111



山形牛に“こだわり”新展開

「将棋駒&いで湯の里」として知られる山形県の天童温泉。JR天童駅の東に広がる、古くからの温泉街だ。大規模なホテルや旅館も多く、現在12軒が営業している。だが、かつてのように団体客が大型観光バスでやって来て宿泊する時代ではなくなった。各ホテル・旅館では、観光の質の変化や多様化するニーズに応えてお客様を呼び込もうと知恵を絞っている。なかでも、山形牛の料理を提供して新規客やリピーターを増やしているのが「舞鶴荘」だ。なぜ、山形牛か——その“こだわり”について、社長の渋谷耕治さんにお話を伺った。

舞鶴荘は客室総数99室、1,200人を収容できるコンベンションホールや大広間、大中小の宴会場、結婚式場、大浴場、露天風呂などの施設を整えた名門ホテルだ。

集客の柱といえる宴会宿泊では、季節に合わ

せ、春夏と秋冬のプランを企画して好評を得ている。しかも宴会シーズンに限らず、地域や団体の懇親会などに利用するリピーターも多い。その理由は、「宴会で食べた山形牛の料理がおいしかった」ことだという。

この舞鶴荘の料理に使われる山形牛は、“牛肉の目利き”でもある渋谷社長が、自ら仕入れたもの。全国的にも評価の高い山形牛の中でも



焼肉・精肉販売の山形牛専門店「舞鶴牧場」。1、2階あわせて160人を収容できる。背後はホテル「舞鶴荘」



自ら山形牛を買い付けて調理する渋谷耕治社長

上位にランクされたものだけを厳選し、山形牛枝肉の品質審査で最高位に輝いた「チャンピオン牛」もある。しかも、最もおいしい状態でお客様に提供するため、管理を徹底して肉をねかせ、調理まで手がけている。こうした“こだわり”から生

まれた山形牛のステーキや牛刺しなどの牛肉料理が口コミで評判になり、リピーターにつながっているのだ。

また、ホテル1階にある「焼肉 紋次郎」では、1日3組限定のグルメ宿泊プランとして、特選山形牛をメインにした豪華な焼肉会食を提供している。温泉に泊まって気軽に本格焼肉が楽しめるとあって、少人数の宴会をはじめ、家族連れにも人気が高い。ホテル内に無煙ロースターを備えた焼肉専用ルームがあるのは、全国でも珍しいとか。すぐ隣の山形市から、「焼肉会食がおいしいと聞いて、家族3人で泊まりに来た」というお客様もいるほどで、山形牛が新たな客層を広げている。

とはいえ、とろけるような食感が自慢の山形牛を提供できるのは、ほとんどが舞鶴荘の宿泊客だ。そこで3年前、「より多くの方に、最高の山形牛を味わっていただきたい」と、ホテルの敷地内に焼肉店で精肉の販売も行う山形牛専門店「舞鶴牧場」をオープンした。

2階建ての店内にはテーブルタイプと掘りごたつタイプの席がある。こちらも無煙ロースターを使用しているので、焼肉店特有の臭いもない。メニューは牛ヒレ・牛ロース・牛タンなどの単品のほか、夜は予約制の飲み放題コースも。一人7,000円のチャンピオン牛コース、5,000円の牛ヒレ付き特選コース、3,500円

のお得コースがあり、どのコースでも舞鶴荘の天然温泉に無料で入浴できる。

さらに、お客様が自宅から手軽に山形牛を注文できるカタログ販売や、インターネットでのオンラインショッピングも開始した。

このように、ホテル・焼肉専門店・販売体制の三者が揃ったことで、山形牛を軸にした循環ができた。たとえば、舞鶴荘の宴会で山形牛料理を味わったお客様が、「もう一度食べたい」と舞鶴牧場に来店する。直接、山形牛を買いに来たり、お取り寄せをする。また逆に、ギフトなどで贈られた方が、山形牛を目当てに舞鶴荘や舞鶴牧場に來られる。こうした相乗効果が生まれたのだ。

渋谷社長がここまで山形牛にこだわる原点は、農家の長男として生まれ、長年、畜産業にかかわってきたことにある。まず、昭和40年に渋谷牛肉店を創業。その後、飲食店・ドライブイン・結婚式場・ホテル・旅館など、数々の事業を行ってきたが、メニューには必ずステーキや牛丼・牛鍋などの牛肉料理が並んでいた。その時に培ったノウハウが、20年前に経営を引き継いだ舞鶴荘にも生かされている。

「畜産業の経験から、山形の風土にあった牛の育て方も肉質もわかる。だからこそ、お客



掘りごたつタイプに改装した舞鶴牧場1階の店内



舞鶴牧場のスタッフの皆さん

様に最高の山形牛を食べていただきたいと、常に考えている」と渋谷社長。そのため、平成4年から毎年、山形牛枝肉の共進会でチャンピオン牛を競り落としている。

チャンピオン牛とは、黒毛和種の枝肉の品質審査で、肉のきめやサシ（霜降り）の入り具合が最高とされたもの。牛を肥育する農家にとって、チャンピオン牛に選ばれることは大変な名誉で、1頭500万円を越す場合もある。その牛を年に4、5頭ずつ買い続けている渋谷社長は、山形牛のブランド価値や知名度のアップにも一役買い、「山形県肉用牛の生産振興に大きく貢献した」として感謝状も贈られた。

そして今年7月には、天童市の北に位置する村山市の最上川のほとりに舞鶴牧場の直営牛舎を建設。牛の肥育に乗り出した。300頭の牛を飼い、毎朝、渋谷社長自ら餌を与え、手塩にかけて育てている。

また、専用水田での米づくりと牧草地も手がけ始めた。直営牛舎で処理した有機肥料を専用水田に施肥し、収穫した良質米をホテルなどの食膳に、稲藁は牛の飼料に使う予定だ。

渋谷社長は、「米も自分たちの手で育て、自然乾燥した稲藁を作る。いま、中山間地の農地が荒れているので、そこを本格的な牧野にして牧草を刈る。その稲藁や牧草を使い、山



▲「舞鶴荘」で競り落としたチャンピオン牛の購買一覧表



「山形県肉用牛の生産振興に貢献した」として贈られた感謝状

形の農産物を飼料にした安全・安心な餌で、いい山形牛を育てる。こうした循環型の肥育をめざしています。将来、直営牛舎で育てた牛をお客様に提供して、喜んでいただくのが目標。とにかく、私は牛が好きなんです」と語る。

「山形牛」のイメージを全面に打ち出した独自の展開が、功を奏している「舞鶴荘」。しかも、その取り組みが地産地消や農業振興、食の安全性などにつながり、地域社会への貢献に結びついている。時代のニーズをとらえた“こだわり”に、今後ますます注目が集まりそうだ。



今年7月、最上川のほとりに完成した直営牛舎では300頭の牛を肥育

地域共生へ常に挑戦



鶴亀湯の全景（右奥が入口）

日本古来の銭湯、「おふろやさん」が消えていく。福岡市内には昭和30年代にあった170軒の銭湯が今ではわずかに21軒。時代の変遷とともに庶民の生活から遠のいて久しい。でも、地域に根付いて住民の生活の中に溶け込み、重宝がられている銭湯だってある。80年の暖簾を守り続けている「鶴亀湯」は市内中心部にあって、しかも相次ぐスーパー銭湯の攻勢にもかかわらず、地域社会といかに融合していくか——業界の抱える課題に絶えず挑戦し続けている。

毎月26日に65歳以上の高齢者を無料で招待している「ふれあい朝湯」の日の9月26日午前、鶴亀湯を訪ねた。

開店の午前10時すぎ、この日を待っていたかのように近くの高齢者たちが次々にやって来る。入浴の楽しみもだが、銭湯で知り合った友人たちとの月1回の再会の日でもある。互いにあいさつを交わしながら、入浴前にしばし雑談にふける人もいる。

「あれ、今日は調子が悪いばい」、「なんね、気を静めてしっかり狙わんね」。博多弁がいきかう脱衣場で入浴前に始まった輪投げ競技に

仲間がハッパをかける。ここには健康増進、体力づくりのためにと輪投げ一式が置いてあり、楽しむ人も多い。この日ばかりは銭湯とは思えない活気がみなぎり、みんな生き生きしている。

通い始めて2年になるという鎌田十四男さんは、「この日はみんなに会えることがまずいちばん。同世代の人たちが世間話をしたり、健康を気遣ってお互いが励まし合ったり。銭湯は活力の源」と満足そうだ。招待時間は限られていて午前10時から午後1時まで。番台の服部さんは、「殺伐とした都会の一角で、閉じこもりがちになる高齢者がこうして積極的に参加してくれるようになりました」と、潜在的需要の開拓の成果を評価する。

この「ふれあい朝湯」をはじめてもう10年以上になるが、その後、県公衆浴場生活衛生同業組合の組合事業「福祉ふれあい入浴」として取り組むことになる。もともとは「新しい客層の開拓というか、高齢者をねらった戦略でして」と服部さん。常連客になってしまったというマンション住まいの鎌田さんに言わせると、「週に1、2回はぶらりとやってきますね。だれか話し相手に来ていないかと期待してね」。高齢者をターゲットにという表現は好



「ふれあいゆ、シルバーの方は無料」の自作ポスターを背にした経営者の服部さん



備長炭湯に満足そうな女性客

ましくないかもしれないが、「ふれあい朝湯」が、これほど愛され、地域の高齢者の活力につながっていることは確かだ。

鶴亀湯は、JR博多駅から車で5分とかからないオフィスビルやマンションの建ち並ぶビル街にある。創業は大正13年、服部さんは三代目になる。すぐ近くには、大正初期から演劇、カフェ、バーが流行し歓楽街として栄えてきた九州一の繁華街、中洲がある。銭湯もこのころから昭和30年代にかけてが全盛期で、鶴亀湯も外観はアールヌーボー調のなかなかしゃれたものだったという。「お客様も中洲の仲居さんやバーのマダム、オフィスのトップレディでにぎわっていたようです。その名残か、今うちのお客さんは美人が多いですよ。ねえ」と、輪投げを楽しむ女性客に笑みを投げかけた。

今年2月、世界一大きなザボンの一種である晩白柚ばんぺいゆを湯船に浮かべて近所の小、中学生20人を招いたサービスを企画した。初の試みだったが、銭湯は初めてという子どもたちはバレーボール大の晩白柚と興じながら甘酸っぱい香りの漂う湯船の中で、銭湯を体験し感激した様子だった。「子どもたちが、いつかは銭湯に行きたいと家族で来てくれるようになれば」との願いがある。

子どもといえば、5年前から同組合の主導



輪投げを楽しむお年寄り

で毎年、勤労感謝の日に行っている「三世代親子交流福祉入浴」事業に参加している。三世代同伴、親子と孫同伴には入浴は無料。背中を流し合って語り合い、世代間を超えた付き合いのなかから公衆の場でのマナーや、おとなから学ぶことも多く、好評だ。

鶴亀湯では、1月にとそ湯、3月はりんご湯、5月には菖蒲湯といったぐあいに季節や月の変わり目に「新湯」をPRし、客層の拡大に努めている。

「これ企業秘密なんだけど」と冗談めかしながら最後

後に切り出したのが「備長炭湯」。友人の夫が宮崎県内の山奥で炭焼き小屋に何日も泊り込んで焼いた自慢の備長炭があるけど…という言葉がきっかけとなった。服部さんはさっそく図書館に足を運びその効用などを調べた結果、「備長炭湯」を決断した。備長炭は、湯の中でカルキが除かれ肌に優しく滑らかになる。また、赤外線放射で温熱効果が高まり湯冷めをしないという利点もある。毎日5キロの備長炭をメッシュの袋に入れて湯船に浮かしてある。とくに女性客に人気があり、鶴亀湯のオリジナルだ。

燃料の高騰や家庭風呂の普及、スーパー銭湯の進出など銭湯を取り巻く経営環境は厳しい。燃料費節減で営業時間を短縮するところもあるが、地域の特性からか利用者の要望もあり1時間延長して午前0時まで営業している。地域との共生、ニーズにしっかり応えて「社会に敏感に対応していかなければ」と、愛され親しまれる銭湯づくりに余念がない。

薬膳と観光のコラボ



街中でひとときわ目立つ池田屋安兵衛商店



社長の池田安隆さん

の2か所の明かり取りから注ぐ柔らかな光とも相まって、心和む食空間を生み出している。

かつてここは、和漢薬の包装を行う工場と池田さんたち家族が起居する生活の場だった。

300年の伝統を誇り、家庭への置き薬を通して全国に知られる「富山の薬」。医薬品業界を取り巻く環境が急速に変化するのを受け、企業や関係者は、新しい薬の開発や品質の向上など振興策に知恵を絞っている。そんな中、富山市の和漢薬業種商「池田屋安兵衛商店」社長、池田安隆さんが観光客に照準を当て、薬販売店舗に併せて開いた薬膳レストラン「薬都」が人気を集めている。「くすりの本場の薬膳料理」が大きな魅力になっているようで、いまや富山の観光資源に育ちつつある。

池田さんの父親が創業した同商店は、この建物で富山の薬の象徴とも言える「反魂丹^{はんこんたん}」など消化器系の和漢薬を中心に製造、配置家庭薬業者らに卸したり、利用者の症状に合わせて各種生薬をせんじ薬に調合、店頭販売したりしてきた。しかし、昭和50年に薬事法が改正され、製薬メーカーに設備整備が義務付けられたのを機に同54年小売りだけを残し、市内の別の場所に設けた新工場に移転した。

なまこ壁の古い商家の店構えに、屋号を染め抜いた大きなのれん。映画「釣りバカ日誌13」のロケ場所にもなった池田屋安兵衛商店は、ビルが建ち並ぶ富山市の中心市街地で異彩を放っている。1階は自家製和漢薬などの販売店舗で、2階全部が薬膳料理の「薬都」になっている。約150平方メートルの重厚な木張りのフロアには、4～8人掛けのテーブル9卓がゆったりと配置されている。天井の何本もの太いはりや周囲の白壁が融け合い、屋根

池田さんは、1階のごく一部を除きそのままになっていた建物の活用策を練り、空洞化の進む市街地活性化にもつなげようと、豊富な生薬の知識を強みに、観光客への和漢薬の直接販売を思い立った。「観光客を呼び込むとなれば、欠かせないのが食事の場とトイレの整備」と、平成7年、1階の店舗を大幅に広げて老舗の風格を備えた造りに整備するとともに、2階に「薬都」を設けた。首都圏を中心に全国の旅行会社に「バスツアーの立ち寄り先に」と売り込んだところ、「くすりの富山」というイメージにぴったりということで、ど



老舗の風格が漂う1階の店舗

こも飛びついて来た。

富山は「富山薬膳研究会」があるほどの薬膳料理の先進地。同会のメンバーでもある池田さんは、観光客に和漢薬の店を訪れたのを機会に、「医は食から」という漢方の本質を理解してもらおうと、薬膳料理を取り上げることにした。

「薬都」のスタッフは、池田さんの妻、まどかさんら4人。昼食時にはツアー客やグループ旅行者が詰めかけ、池田さんも応援を買って出る。クラシック音楽の調べに浸りながら、おいしそうに箸を運ぶ人たち。薬膳料理を初めて口にする人も多いが、「こんな食事は味わったことがない」と一様に満足げ。2度目という福井県の女性は「この料理によって食に対し無関心でいられなくなった」と感想を述べ、旅行ガイドブックで知り訪れた新潟市の60代の夫婦も「本物の懐石料理をいただきたいみたい」と喜んでいて。

薬膳という言葉からは「生薬の入った食」を連想しがちだが、池田さんは「わずかの生薬を一度ぐらい取り入れても」ときっぱり否定。漢方の考え方に習い、旬の素材を吟味し、きちっと調理して食べ、健康に結びつけていくことなのだと言ふ。だから「薬都」では、漢方の陰陽論に沿って、冬場は大根や白菜といった体を温める素材、夏にはトマトやキュウリなど、むくみを解消し体をさます素材を、

付加価値をつけた料理にして提供している。

メニューは、古代米や高麗ニンジンなどを取り入れた「健康膳」をはじめ、ランチの「玄米膳」と「しゅうまい膳」、ハーブティー、野草茶、野草アイスクリームなど。お勧めの「健康膳・黒米おこわ」コース(2,100~3,150円)は、季節の前菜、煮物、焼き物、トウキやドクダミなどを使った野草のてんぷら、高麗ニンジンと鶏だんごのスープ、地元立山町の農家が栽培した黒米の山菜おこわ、香の物と、ヨモギやクコの実などで作った特製アイスクリームで構成され、どれも体に優しい素材を厳選している。ヨモギ、ドクダミ、スギナなどの野草茶やバジル、ラベンダーなどのハーブティーも驚くほど多くの種類を用意、利用者がいろいろな味、香りを楽しみながら健康増進に役立つ自然素材に目を向けるよう工夫されている。

富山の薬と薬膳料理とを、観光にドッキングさせた池田さんのアイデアは実を結び、年間10万人もの観光客が訪れるようになった。池田さんは「食の場の導入によって、薬以外に用事のない人や若い人たちにも足を運んでもらえようになった」としながらも、「春から秋までの旅行シーズンに比べて冬場の利用者の落ち込みが大きい」と課題を見据えている。



落ち着いた雰囲気の中で、薬膳料理を味わう人たち

体に優しい素材を厳選した「健康膳・黒米おこわ」コース



平成20年 秋の叙勲・褒章受章者

平成20年秋の叙勲・褒章の受章者が11月3日付で発令されました。そのうち、生活衛生功労関係の受章者（叙勲23名、藍綬褒章5名）を掲載しました。おめでとうございます。

◆叙勲（敬称略）

◇…旭日小綬章…◇

▽井元 弘 = 現・全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会会長（大阪府）

▽高橋 元彰 = 現・全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会理事長（東京都）

◇…旭日双光章…◇

▽秋山 保高 = 元・茨城県すし商環境衛生同業組合理事長

▽朝比奈光夫 = 元・滋賀県旅館生活衛生同業組合理事長

▽石黒 正男 = 元・富山県鮭商生活衛生同業組合理事長

▽小林 敏雄 = 元・島根県料理業環境衛生同業組合理事長

▽西山 隆則 = 元・鳥取県すし商生活衛生同業組合理事長

▽平光 一男 = 元・岐阜県喫茶飲食生活衛生同業組合理事長

▽本多ミドリ = 現・長崎県美容業生活衛生同業組合理事長

▽松岡 和徳 = 現・三重県喫茶飲食生活衛生同業組合理事長

▽山田 保 = 元・佐賀県理容環境衛生同業組合理事長

◇…旭日単光章…◇

▽荒山 務 = 現・大阪府食肉生活衛生同業組合理事長

▽磯田 靖夫 = 元・愛知県美容業生活衛生同業組合副理事長

▽大森 正孝 = 元・宮城県麺類飲食業生活衛生同業組合副理事長

▽梶野チヨ子 = 元・愛媛県喫茶業環境衛生同業組合理事長

▽金子庄之助 = 元・神奈川県麺類環境衛生同業組合副理事長

▽菊地 信行 = 元・宮城県寿司商生活衛生同業組合副理事長

▽近藤 剛 = 元・愛知県中華料理生活衛生同業組合副理事長

▽清水 良夫 = 元・埼玉県社交飲食業生活衛生同業組合理事長

▽多田 定雄 = 元・秋田県鮭商生活衛生同業組合副理事長

▽奈良部光由 = 現・東京都クリーニング生活衛生同業組合副理事長

▽畠山 金光 = 現・東京都飲食業生活衛生同業組合副理事長

▽渡邊 廣光 = 現・静岡県理容生活衛生同業組合副理事長

◆藍綬褒章（敬称略）

▽大森 利夫 = 現・全国理容生活衛生同業組合連合会理事長（愛媛県）

▽緒方 勲 = 現・全国社交飲食業生活衛生同業組合連合会副会長（新潟県）

▽丸山 副武 = 元・徳島県社交飲食生活衛生同業組合理事長

▽宮崎 奉治 = 現・大分県公衆浴場業生活衛生同業組合理事長

▽山縣 正 = 現・東京都鮭商生活衛生同業組合理事長

平成20年度 生活衛生功労者表彰

平成20年度の生活衛生功労者及び理容師・美容師養成功労者に対する厚生労働大臣並びに(社)全国生活衛生同業組合中央会理事長表彰式が10月28日12時30分から東京・紀尾井町のホテルニューオータニ「芙蓉の間」で行われました=写真=。

表彰式は渡辺孝男・厚生労働副大臣の挨拶(上田健康局長代読)に続いて、生活衛生功労者170名、理容師・美容師養成功労者13名に表彰状が手渡されました。

続いて(社)全国生活衛生同業組合中央会理事長表彰に移り、生活衛生功労者190名に三根卓司・中央会理事長から表彰状が手渡されました。

この後、来賓の(財)全国生活衛生営業指導セ



ンターの山下真臣理事長、(株)日本政策金融公庫の中村吉夫常務取締役がそれぞれ祝辞を述べ、式を終了しました。

Sマーク登録を呼びかけ

(財)全国生活衛生営業指導センターと都道府県生活衛生営業指導センターは「安全・安心を約束するSマーク(標準営業約款制度)に登録しよう」と登録店の加入促進や制度の周知活動を行っています。

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業種について、都道府県指導センターで登録を受け付けています。

シンボルマークであるSマークは①Safety(安全)②Standard(安心)③Sanitation(清潔)の3つの頭文字を表しています。消費者はこれにより、お店が約款に従った安全で安心できる約款登録店であることを知ることができ、登録店側も顧客増につながることを期待できます。

現在、Sマーク登録店は約7万件です。登録に際しては全国指導センターホームページの「安全・安心への取り組み」のコーナー(<http://www.seiei.or.jp/anan/smark.html>)で規定集、登録申請書などを用意していますので、参考にしてください。



Sマークの登録を呼びかけるポスター2種
(日本宝くじ協会助成金により作成)

特相員だより



融資を受けた組合員の笑顔を糧にして

兵庫県理容生活衛生同業組合・特別経営相談員
片桐 稔

私は特相員制度が発足した昭和48年、第1回目の特相員の講習を5日間、新大阪の駅前のホテルで受けた者で、その時は近畿地区の17業種の単組から2名ずつ集まって講習を受けました。

その時、初めて小企業設備資金制度を知りました。当時、貸付限度は100万円、無担保・無保証で借りられる制度で、申し込みに来る方の中には記帳が出来ず、経営の実態を把握するのが難しいため、やはり一定の指導期間は必要でした。かつては商工中金から組合が融資を受け、それを組合幹部が協議をして最後には連帯保証人を確認して貸し出していましたが、未納等の事故が続発し、大変困ったこともありました。

金融とは本当に難しいもので、出来るだけ希望にそいたいと思う反面、先の商工中金の融資の状況を考えながら、厳しく調査したのを思い出します。

返済出来なくて苦しむ人を出さない

ように、特相員の重責を感じながら時間を惜しまず相談をしています。さる7月17日、神戸で開催された特相員の研修会で生活衛生関係営業経営改善資金特別貸付の制度改正の話がありました。改正点は、衛経Ⅰと衛経Ⅱが統合され、さらに貸付制度も本枠と別枠が一本化されて貸付限度額は1,000万円となり、設備資金と運転資金を同時に借りることが出来るようになり、融資を受ける方は、以前の100万円から1,000万円までの融資を受けられるようになりました。と同時に、特相員の仕事も、新規申込についてはかならず不動産調査を行い、補助票を添付するなど、ますます重要になってきました。

私は、組合員の方から「申込金を今日、受け取ってきました」と嬉しそうに報告を聞くたびに、その喜びを糧に今後とも特相員として活動を続けていきたいと思っています。

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

JFC 日本政策金融公庫 国民生活事業

国民生活金融公庫は平成20年10月、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した。

せいえい 掲示板

★ クリーンライフみよりの箱募金を贈呈

株式会社文化放送（三木明博社長）と関東一都六県のクリーニング生活衛生同業組合（茨城・栃木・群馬・埼玉・千葉・東京・神奈川）、全ク連が展開している「クリーンライフみよりの箱募金」の23回目となる贈呈式が9月30日、厚生労働大臣室で行われ、昨年の9月1日からの1年間で集まった浄財260万円を、舛添要一厚生労働大臣に贈呈した。

贈呈された浄財は中央共同募金会を通じ、各県の募金額に応じて一都六県の社会福祉施設に分配される。

また、今回は5月29日に開催した全ク連50周年記念式典で参列者から募った、ミャンマーのサイクロン、中国の四川大地震への義援金17万360円もあわせて舛添大臣に贈呈した。

贈呈式では舛添大臣から「暗い事件の話題が続いていますが、根底には社会保障の問題

があります。皆様のお力をお借りしながら、ともに世の中を明るくして

いきましょう」との挨拶をいただいた。また中央共同募金会・本田章博常務理事、募金贈呈施設を代表して社会福祉法人親愛会の矢部薫常務理事からもお礼の言葉が述べられた。

URL：<http://www.zenkuren.or.jp/>



舛添厚生労働大臣に目録を渡す全ク連の青山会長（左）

◆ 東京国際映画祭 最高賞に「トルパン」

第21回東京国際映画祭（10月18日～26日）はコンペティション部門の最高賞「東京サクラグランプリ」に、カザフスタンのセルゲイ・ドボルツェボイ監督「トルパン」を選んだ。

今年の同映画祭はエコロジーがテーマ。オープニングイベントでは出品作の監督、俳優ら約300人が、従来の赤じゅうたんでなく、ペットボトルを再生して作った長さ約200メートルのグリーンカーペットを敷き詰めた道を歩いて登場した。

今年の映画祭のテーマ「エコロジー」に沿って環境や自然を扱った作品を対象に新設された「アース・グランプリ」にはスペイン映画「フェデリコ親父とサクラの木」

が選ばれた。

妻夫木聡さんが主演した日本作品「ブタがいた教室」（前田哲監督）は、コンペ部門観客賞のほか、アース・グランプリ審査員賞を受賞した。

コンペ部門の他の主な受賞作（者）は次の通り。

▽審査員特別賞＝「アンナと過ごした4日間」（イエジー・スコリモフスキ監督）▽最優秀女優賞＝フェリシテ・ウワシー（「がんばればいいこともある」）▽同男優賞＝バンサン・カッセル（「パブリック・エナミー・ナンバー1〈Part 1 & 2〉」）▽同芸術貢献賞＝フランソワ・デュペイロン監督「がんばればいいこともある」

URL：<http://www.zenkoren.or.jp/>

平成19年度生衛関係営業施設数の概要

平成20年10月に厚生労働省大臣官房統計情報部が公表しました平成19年度（平成20年3月末現在）「衛生行政報告例」から、生活衛生関係営業施設数*の概要を紹介します。

「衛生行政報告例」によると平成19年度の生

*施設数=施設数は、営業許可施設数を表しています。飲食店や喫茶店の施設数には、各保健所が自動販売機で各々の許可をだしている場合や営業許可を受けたまま休業・廃業している場合の施設を含む事があります。

活衛生関係営業施設数は、2,533,942施設で、前年より25,318施設減少しています。

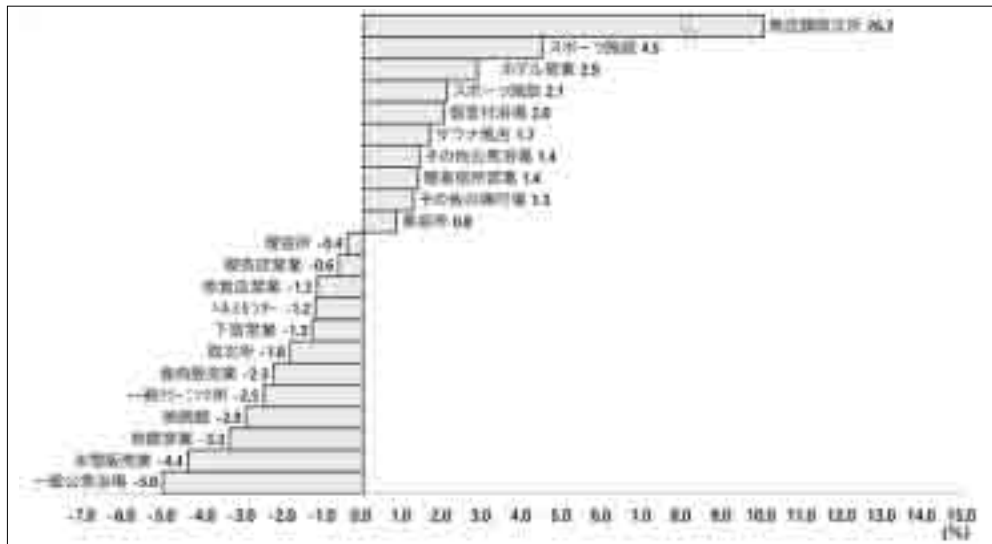
過去10年間の施設数の推移をみると、映画館は、平成12年度をピークに減少傾向。旅館業は、ホテルは増加、旅館は減少。公衆浴場の内、一般公衆浴場は減少。理容所は減少傾向。美容所は増加傾向。クリーニング営業では、一般クリーニング所及び取次所も減少傾向。飲食店営業は平成13年をピークに減少していたが、平成19年

表1 生活衛生関係営業施設数の年次推移

区分	9年度	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
計	2,534,562	2,509,580	2,567,947	2,670,565	2,677,007	2,694,773	2,593,794	2,570,853	2,569,370	2,550,200	2,533,942
映画館	4,935	5,024	5,052	5,779	5,990	5,113	5,032	5,063	5,034	4,991	4,981
映画館	1,904	1,938	1,904	2,024	1,936	1,929	1,822	1,861	1,839	1,809	1,754
スポーツ施設	370	383	379	396	425	404	403	397	387	384	393
その他の興行場	2,657	2,703	2,759	2,759	2,779	2,789	2,809	2,809	2,808	2,808	2,834
旅館業	104,046	102,854	101,494	99,336	97,263	94,938	92,744	90,343	87,827	86,753	85,903
ホテル営業	7,789	7,944	8,110	8,220	8,363	8,538	8,696	8,811	8,950	9,068	9,423
旅館営業	88,982	87,891	86,766	84,931	83,388	81,283	79,754	78,605	76,567	74,070	72,259
旅館宿所営業	25,324	25,150	24,738	24,354	23,893	23,298	22,833	22,475	22,286	22,577	22,888
下宿営業	1,071	1,069	1,040	1,271	1,633	1,529	1,373	1,264	1,214	1,241	1,279
公衆浴場	26,377	26,744	26,800	26,732	26,827	26,796	26,837	27,074	27,474	28,712	28,754
一般公衆浴場	9,020	8,790	8,422	8,713	7,851	7,066	7,324	7,130	6,853	6,322	6,005
温泉付浴場	1,330	1,328	1,320	1,329	1,343	1,343	1,346	1,343	1,364	1,340	1,363
ファミリー浴場	1,745	1,811	2,010	2,041	2,086	2,197	2,297	2,287	2,386	2,355	2,327
サウナ風呂	2,742	2,671	2,583	2,433	2,362	2,381	2,140	2,161	2,070	2,261	2,325
その他の施設	11,539	12,044	12,535	12,812	13,181	13,499	13,730	14,140	14,541	15,438	15,840
理容所	142,800	142,386	141,321	140,811	140,599	140,274	140,190	139,940	139,855	139,672	139,528
美容所	198,889	201,370	200,482	202,434	205,204	208,371	210,795	213,213	215,210	217,243	219,046
クリーニング営業	164,326	163,989	163,827	162,341	159,801	157,112	155,109	153,753	147,395	143,653	140,837
一般クリーニング所	89,216	89,102	87,324	86,598	85,848	84,605	84,041	82,664	81,398	80,342	79,333
取次所	115,070	115,886	115,703	115,742	112,953	112,007	110,069	109,089	105,134	102,825	100,939
新店舗取次所
飲食店営業	1,475,100	1,469,701	1,500,991	1,544,730	1,546,154	1,537,720	1,528,168	1,500,751	1,500,488	1,496,480	1,479,218
喫茶店営業	240,752	245,888	252,134	263,940	267,971	271,836	275,202	282,853	280,088	285,460	291,381
食肉販売業	174,401	171,234	170,322	169,268	168,701	169,818	169,791	162,317	160,187	148,324	144,981
食肉販売業	2,595	2,471	2,474	2,360	2,223	2,074	2,062	2,088	2,162	2,222	2,303

資料：厚生労働省大臣官房統計情報部「衛生行政報告例」

図1 生活衛生関係営業施設数の対前年度伸び率 (%)



に喫茶店営業も減少。食肉販売業、氷雪販売は減少の傾向を示しています。

(表1)

施設の種別別に対前年の伸び率をみると、クリーニング営業の無店舗取次所では20%以上の伸び率となっています。

(図1)

理容師・美容師の免許件数の推移についてみると、理容師は平成11年をピークに減少、美容師は平成15年から増加傾向にあったものの、平成18年から減少。次に従業師数の推移についてみると、理容師は平成14年をピークに減少、美容師は平成8年以降は増加となっています。

(表2)

旅館業のホテルと旅館の1施設当たりの平均客室数の推移についてみると、前年と比べ、ホテルでは約2.5室増加し、旅館では約0.1室の増加となっています。

(図2)

クリーニング師について、免許件数の推移についてみると、前年と比べ、28件増加しています。

次に、従業師数の推移についてみると、平成10年度までは、70,000人前後で増減を繰り返し、それ以降は減少傾向となっています。(図3)

「衛生行政報告例」は厚生労働省ホームページでご覧になれます。

アドレスは、

「<http://www.mhlw.go.jp>」です。

表2 理容師・美容師の免許件数、従業師数

	免許件数		従業師数	
	理容師	美容師	理容師	美容師
平成7年	4,392	13,026	252,187	327,596
8年	4,456	13,652	252,330	329,995
9年度	5,183	17,051	252,081	333,153
10年度	4,651	16,428	251,859	334,932
11年度	6,013	27,872	250,987	345,115
12年度	4,275	24,301	250,716	355,081
13年度	3,761	27,603	250,764	368,057
14年度	3,355	27,167	252,124	383,214
15年度	3,250	27,240	251,981	394,478
16年度	2,909	29,298	250,767	404,674
17年度	2,727	29,442	250,407	404,674
18年度	2,559	26,880	247,997	430,224
19年度	2,480	26,521	246,330	433,728

(注1)平成8年までは各年12月末現在、平成9年度以降は翌年3月末現在の数字です。

(注2)従業師数は各々、理容所・美容所における従業師の数です。

(注3)平成10年度以降の理容師・美容師の免許件数については、生活衛生課調べです。

図2 ホテル・旅館の1施設あたり客室数

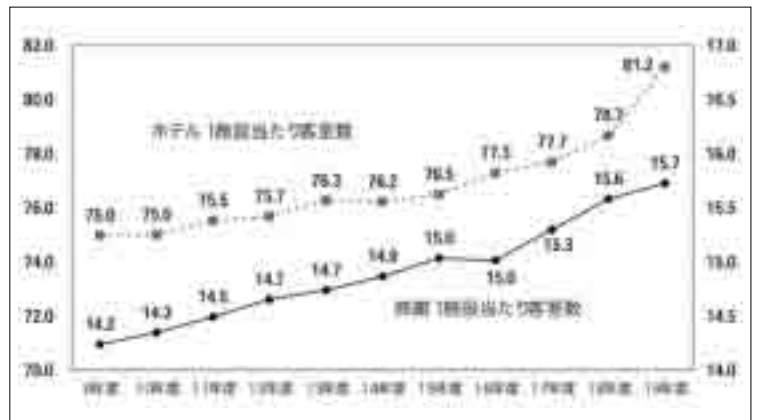
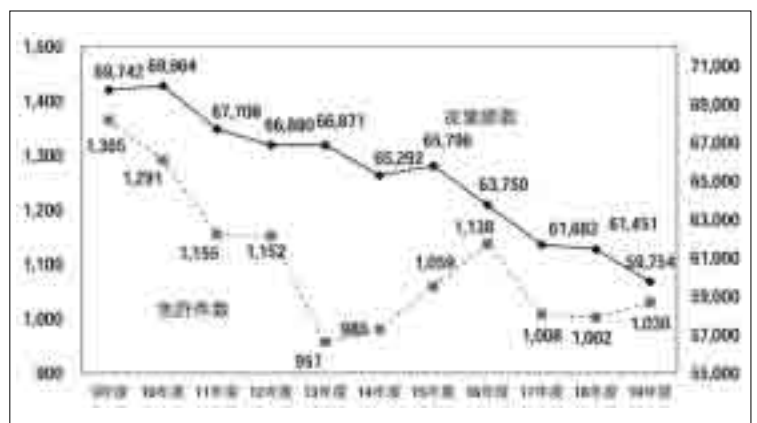


図3 クリーニング師の免許件数、従業師数



生活衛生関係営業の景気動向等調査概要

日本政策金融公庫 国民生活事業本部
生活衛生融資部 調査課 宮原 大和

生活衛生関係営業の景気動向等調査は、日本政策金融公庫国民生活事業本部が(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20年7～9月期の調査結果の中から一部をご紹介します。

調査は全国9業種3,220企業を対象として8月上旬に個別訪問面接により実施したものです。

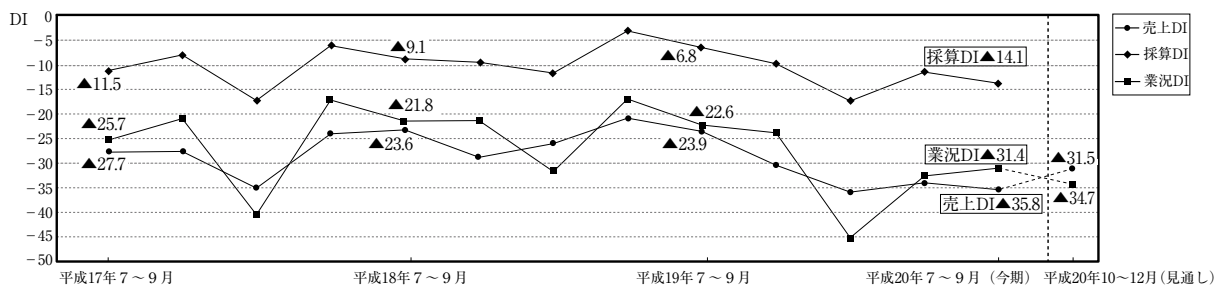
～後退色強める生活衛生関係営業の景況～

今期(平成20年7～9月期)の「売上」「採算」「業況」の各DIは、▲35.8(前期比1.4低下)、▲14.1(同2.3低下)、▲31.4(同1.6上昇)となり、「業況」で若干の上昇がみられるものの、「売上」「採算」はともに低下しており、原材料価格の高騰など諸経費の値上がりが経営に深刻な影響を及ぼしてきているとみられます。

したがって、生活衛生関係営業の景況は、後退色を強めています。

※DI=良い「増加・黒字・好転」企業割合—悪い「減少・赤字・悪化」企業割合

図1 売上DI、採算DI、業況DIの推移

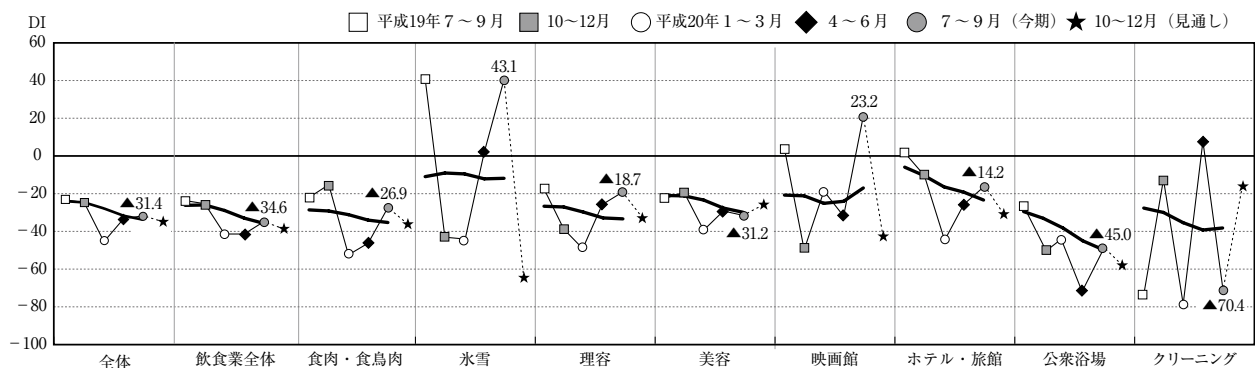


業況DIを業種別にみると、前期に比べて「美容業」「クリーニング業」の2業種を除いた7業種で上昇しました。特に、「映画館」54.8、「冰雪販売業」39.6と大幅に上昇しました。続いて「公衆浴場業」21.4、「食肉・食鳥肉販売業」19.5と上昇しています。「クリーニング業」は季節的な要因もあり、見通しのおり79.8と大幅に低下しました。

来期の見通しは、「冰雪販売業」「映画館」で大幅低下し、「クリーニング業」が持ち直し、「美容業」が上昇を見込んでいます。

※4期間移動平均とは、各調査時点からみた当該期を含む直前4期間の平均。

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

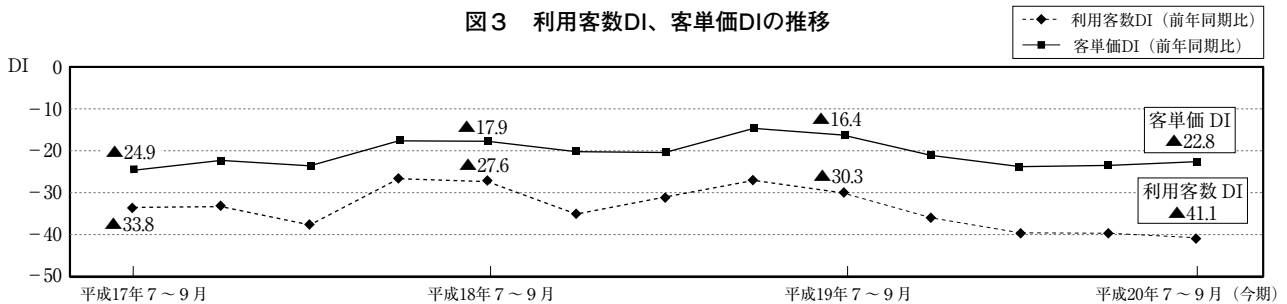
利用客数DIは、前期から1.1低下し▲41.1となりました。前年同期に対しては10.8と大幅に下回り、6期連続で前年同期の水準を下回っています。

客単価DIは、前期から0.9上昇し▲22.8となりました。前年同期に対しては6.4下回り、4期連続で前年同期の水準を下回っています。

※利用客数DI = 前年同期比で利用客数が「増加」した企業割合 - 「減少」した企業割合

客単価DI = 前年同期比で客単価が「上昇」した企業割合 - 「低下」した企業割合

図3 利用客数DI、客単価DIの推移



設備投資状況～依然低調な生活衛生関係営業の設備投資～

今期（平成20年7～9月期）に設備投資を行った企業の割合は9.8%と、前期（11.6%）に比べ1.8低下し、前年同期に比べても2.9下回っています。4期間移動平均でも、平成18年4～6月期以降、緩やかな下降に転じてきていましたが、前期の平成20年4～6月期から低下傾向が強まっています。

業種別に設備投資を実施した企業割合を高い順に見ると、「公衆浴場業」22.5%、「ホテル・旅館業」21.5%、「食肉・食鳥肉販売業」13.8% となっています。特に、「公衆浴場業」「ホテル・旅館業」は依然として高い水準にあります。なお、前年同期の水準を上回ったのは、「美容業」「公衆浴場業」の2業種でした。

図4 設備投資実施割合の推移

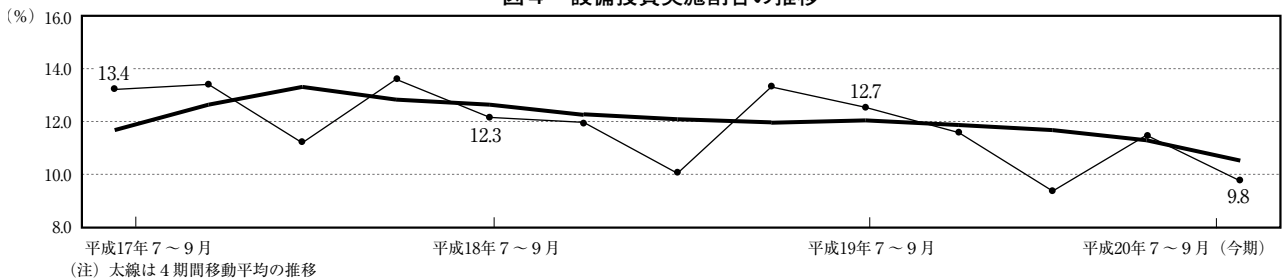
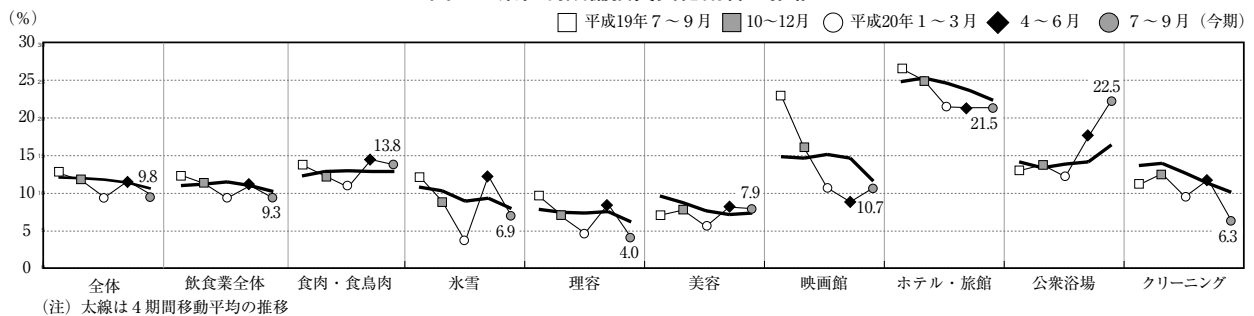


図5 業種別設備投資実施割合の推移



統合のお知らせ

平成20年10月1日、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）となりました。国民生活金融公庫の事業資金融資は、そのまま政策公庫に承継されました。

週末電話相談から

＜社団法人全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 田澤とみ恵＞

1998年、全国消費生活相談員協会は「週末電話相談」を始めました。消費生活センターなどの相談窓口が開いていない土曜、日曜日に消費生活に関する相談を電話で受け付けています。全国から寄せられる相談を消費生活専門相談員の資格を持つ会員が受けて、問題解決のために助言や情報提供をし、必要に応じてあっせんも行っていきます。

1998年度に受けた相談は414件でしたが、年々増加し2007年度には3,300件の相談を受け付けました。受話器を置くとすぐに電話のベルが鳴るといった状況で、開口一番「ああ、やっ」と繋がった」と言われることも度々です。当相談窓口が必要とされていることを実感します。

寄せられた相談は毎年、報告書や事例集「こんな相談ありました!!」にまとめて消費者教育・啓発に役立てます。また、国民生活審議会の委員会に多数の事例を提供したり、相談の背後に存在する問題について意見を表明したりするなど、消費者被害の未然防止・拡大防止のために様々な場面で活用しています。

1. 2007年度相談の概要

受付件数は本部事務所1,952件、関西事務所1,348件、合計3,300件でした。「苦情」が96.3%とほとんどを占め、「問い合わせ」は3.7%です。相談は全都道府県から寄せられていますが、関東が48.7%と最も多く、近畿28.0%、中部10.7%と続きます。

相談者は「男性」、「女性」ともほぼ同じ割合ですが、契約当事者は「男性」が53.4%で、男性の占める割合が多くなります。また、年代別では相談当事者、契約者ともに「20代」「30代」が多く、若者の相談が多いことが特徴です。

職業別では「給与生活者」が相談者で70.3%、契約当事者で66.4%と圧倒的に多く平

日に相談できない「給与生活者」が相談してきていることが伺えます。

商品や役務（サービス）別では、役務の割合が72.8%と圧倒的に多く、その中でも「運輸・通信サービス」の相談が38.2%を占めます。大半は、携帯電話やパソコンのインターネットに係る架空請求・不当請求の相談でした。

販売購入形態別では「通信販売」が45.0%と多く、相談内容別分類では「契約・解約」に関するものが83.8%と8割を超え、ついで「販売方法」が42.2%となっていました。

2. 主な相談事例

相談のなかから、商品・役務別にいくつかを紹介します。

(健康食品) 「81歳の母が近くで開かれている健康教室に出かけ、パンや卵を貰っていた。ある時、薬を飲んでいることを担当者に話したら、その薬を見せるように言われた。持参すると、「この薬では駄目。高麗人参茶を飲んだほうがよい。これくらい飲まなければ意味がない」と勧められ、高麗人参茶1年分18瓶を契約し、230万4,200円を現金で支払った。2瓶開封している。母はひどく後悔し、解約を望んでいる。 (50歳代 女性)

(中古車) 小型自動車を売却するために無料査定を依頼した。3万円の査定金額で売却の契約をし、必要書類の一部を渡した。同業他社に見てもらったところ13万円と査定されたので、翌日解約を申し出たら、違約金5万円を請求された。高過ぎる。 (40歳代 男性)

(アダルトサイト) パソコンでネットサーフィンをしていてアダルトサイトを見つけた。女性の画像をクリックし、次に「18歳以上ですか」

消費生活相談の現場から

の問いに「OK」をクリックした途端、「ご登録ありがとうございました。IPアドレス、プロバイダ情報で登録させていただき、入会手続きを完了。3日以内に9万8,000円をお振り込みください」という画面が出た。支払わなければならないか。業者が自宅に来る心配はないか。

(30歳代 男性)

(出会い系サイト) 娘に高額な負債があることを知った。携帯電話の出会い系サイトを利用してその支払い額が約400万円に上るといふ。一部は現金で支払い済みだが、残額はクレジットカード4枚で払っている。カード会社への支払いに窮してヤミ金に融資を申し込み、紹介料の名目でお金をだまし取られかけたところで、親が気付いた。本人に支払い能力はない。破産しかないだろうか。

(60歳代 男性)

(祈祷サービス) 神社の帰り道で「風水を見る」と声をかけられ、「ご先祖様に守られている顔。悩みはないか。1万円で詳しく相を見る」と誘われた。家族の氏名や家の間取りを聞かれ「気や間取りが悪い。水晶玉を置くように」といわれ42万円で購入してしまった。解約したい。

(40歳代 女性)

3. 適格消費者団体の相談窓口として

2007年11月、当協会は事業者の不当な行為(不当な勧誘、不当な契約条項の使用)に対して差止請求権を持つ「適格消費者団体」として認定されました。事業者の不当な行為に対して申入れ等(差止請求)を行い、是正・改善を引き出すためには、被害情報が必要です。週末電話相談はより重要な役割を持つこととなりました。

* 週末電話相談窓口

(社) 全国消費生活相談員協会

東京 03-3448-1409

年末年始を除く土曜日・日曜日

10時～12時、13時～16時

大阪 06-6203-7650

年末年始を除く日曜日

10時～12時、13時～16時

北海道 011-612-7518

年末年始を除く土曜日 13時～16時



東京の本部事務所での週末電話相談のようす



*事例集「こんな相談ありました!!
vol.8 (平成19年度版)」

A5判 21頁

事例集は日本宝くじ協会の助成を受けて作成したもので、無料配布(送料実費)しています。

問い合わせ先(販売係)

03-3448-9736

東京都港区新橋 6-8-2

生衛会館 5階

会 長 加藤 隆氏

専任理事 小城 哲郎氏

事務局長 園田 房枝氏

職員数 5人

U R L <http://www2.ocn.ne.jp/~zeninren/>



加藤隆会長

全国飲食業生活衛生同業組合連合会（以下「全飲連」と表記）は、昭和36年12月に創立。現在、40都道府県組合の組合員数約100,000名で構成されている。

生衛16業種団体の中でも最大規模の組合員数を誇り、その組織力を生かして、数々の事業に取り組んでいる。

今年6月、全飲連全国佐賀県大会において、前・田中清三会長のもとで総務委員長を務めていた加藤隆氏が新会長に就任。飲食業界を取り巻く様々な課題に取り組むべく、新体制がスタートした。

■「守り」から「攻め」へ 時代に呼応した経営転換

時代とともに、食を取り巻く環境も大きく変化し、全国の飲食店にもその波は例外なく押し寄せている。

加藤会長は、「我々の飲食店も、地球規模の食糧問題やエネルギー問題、環境問題、そして、国際経済や国際政治の動きと無縁ではなくなってきました。今年前半から続いた原油価格の高騰やそれに伴う値上げの嵐

は、まさにその象徴といえます。また一方で、大都市の活況は目を見張るものがありますが、規模、業態、地域による格差が大きくなっています。飲食業界をめぐる課題は山積し、経営環境は厳しいものがあります」と、現状を語る。

このような状況の中、加藤会長は“時代とお客様のニーズとスピードについていくこと”が生き残りのテーマと指摘。飲食店の意識や姿勢について、「守り」から「攻め」の経営へと転換の必要性を唱えている。

■標準営業約款登録制度に関連する3つの事業を重点推進

全飲連は、本年度の活動方針として、標準営業約款登録制度の加入促進を中心に、▽原産地表示事業、▽省エネ対策事業、▽食事バランスガイド推進事業——を具体的な柱として取り組んでいる。「食品表示偽装問題など、食に関わる様々な社会問題を背景に、消費者庁発足の動きをはじめ消費者ニーズは今後ますます食の安全や健康へと向かっていくでしょう」と語る加藤会長。

原産地表示事業では、「原産地表示ガイドブック」を作成。この秋、各地で開催されたブロック会議で徹底した周知を図り、3か年計画で推進してきた。原産地表示の実施は、お客様へ安心をアピールするだけでなく、従業員の食の安全に対するモチベーションの向上にも繋がっているという。加藤会長は、さる11月14日に開催された「外食産業原産地表示フォーラム」にパネリストとして参加。この課題に、意欲的に取り組んでいる。

食品リサイクル事業においては、昨年12月に施行された食品リサイクル法改正に伴い、食品関連事業者に課せられた再生利用等の実施率目標を達成するため、積極的な取り組みが展開されている。食品廃棄物は、水分が7割を占める。そこで、脱水・乾燥などによる徹底した減量化や食材が余らないよう工夫を凝らしたメニュー開発などを促しゴミの減量化を図っている。

同時に「省エネのための店舗チェックリスト」を作成。各自が常に頭の隅に意識することで、エネルギー削減は同時に経費削減に繋がることを強調。環境保全と経済性の両立を可能にする店舗を呼び掛けている。また各県毎に、生ゴミの完全リサイクルによる肥料化や割り箸回収など、試行錯誤しながら創意工夫を凝らした試みが実践されている。

時代・お客様のニーズとスピードに対応



重点的に取り組んでいる3事業の推進パンフレット（右から原産地表示ガイドブック、食事バランスガイドの活用、生活衛生関係事業者の食品リサイクル）

食事バランスガイド推進事業では、「食事バランスガイドの活用」パンフレットを作成。各メニューの栄養成分とカロリー表示を、メニューブックや店頭メニューサンプル、掲示などで明確に表示することを促進。メタボリック症候群など健康に関する情報への関心が高まる中、お客様のニーズに的確な対応を目指している。

このように、一般飲食店業の標準営業約款の認定基準ともなっている項目を重点的に推進することで、Sマーク取得への足がかりとしている。

■組合員としての意識と

メリットが感じられる施策を

全飲連は、生衛業16団体の中でも最大の会員数を保持しているが、ピーク時には現在をはるかに上回る135,000名に達していた。他の団体同様、組合加入率減少への取り組みは必至となっている。

加藤会長は「例えば、先行きの見通しがつかない中で規模の小さな店舗では二世帯が生活していただくだけの利益を得るのは難しく、後継者が途絶えてしまいます」、また「社会構造の1つとして、昔はスーパーや百貨店など核となる施設があれば、その周囲に飲食店も集中し1つの街を形成できました。しかし最近多い大型ショッピングセンターの進出は、最初からそこに新店を出す飲食店も持ってきてしまう。地元の飲食店が入る余地がありません。街全体を1つ持ってこられるのと同じなので、従来の店舗はどんどん衰退してしまうわけです」と話す。

その現実を打破したいと、全飲連では、対策の1つとして、昨年の創立45周年を機に、カード型「会員証」を発行。会員意識を高めるとともに、カードには福利厚生としての付加価値を付け、施設利用料の割引など

が受けられるようになっている。同じく45周年には、お客様サービスの一環として全国規模の「全飲連まつり」を企画。各地で抽選会を行い、特賞には旅行券など魅力的な賞品を用意し好評を得た。

■消費者との信頼関係構築と 飲食業の元気を目指して

このように全飲連は、“時代とお客様のニーズとスピードについていくこと”をテーマに、不景気や社会情勢を背景とした対策、消費者ニーズを反映した施策などを様々な方向からスピーディーに対応。組合員をサポートしている。

今年度の活動方針として掲げられた事業の他にも、「分煙対策推進事業」、「飲酒運転根絶運動とそれに伴うお客様離れの対策事業」、「高齢者サービス事業」、各種講演会など、今の時代を乗り切るために、きめ細やかな支援策を連合会が提供し、各地で積極的に実施されている。

加藤会長は、「標準営業約款の厳しい項目をクリアするのは大変なことです。今後は少しでも多くの店舗がSマークを取得し、時代と消費者ニーズに応えながら繁盛していくことが目標です」と話す。そして、“食”を通じて社会に貢献することで、飲食業の存在感をさらに高めていきたいとしている。

再考 和のこころ

世相ウォッチャー 更科 ケイ

モラルを忘れたとき

あなたに危険が迫る！

謝らない風潮、いつから？

江戸しぐさの中に「うかつあやまり」という言葉がある。例えば、電車の中で人の足を踏んだとき、踏んだ本人は当然「すみません」と口に出して謝るだろう。ところが、江戸の商人は踏まれた本人も、「とつさに足を避けられなかった私もうかつでした、すみません」というしぐさでその場の空気をやわらげたという。

最近では、踏んだ本人が知らん顔をすることもあるが、もつてのほかである。そんな人には踏まれたほうが声を出して「すみません」と謝れば、「ドキッ！」とするかもしれない。

いつごろからだだろう。謝

ると損をするという意識が日本人に植えつけられたよ
うな気がする。筆者の記憶
では、交通事故が急増した
ころからだと思う。197
0年前後、モーターゼーシ
ヨンの波に乗り、アメリカ
独自の秩序もいっしょに日
本に上陸した。車同士が接
触したときなど、先に謝っ
たほうに非があるという風
潮があった。以来、どうも
日本人のモラルが低下して
いったような気がする。

ファストフード店のホッ
トコーヒーで火傷をした
と、アメリカで裁判沙汰に
なったケースがあった。た
しか原告が勝訴したと思う

が、江戸の人間がその話を
聞けば、言いがかりとしか
思わないだろう。

「お互い様」で危機回避

「うかつあやまり」には、
お互い様の精神が貫かれて
いると思う。首都圏に住ん
でいると、鉄道の人身事故
や信号故障などで足止めさ
れることがしばしばある。
そんなとき、駅員にかみつ
いているサラリーマンをみ
ることがある。ただ会議に
間に合わない、得意先との
約束に間に合わないという
理由からだだろう。

それがど
うした、と
言いたい。
駅員に文句
を言う時間
があるのな
ら、携帯電
話で相手に
連絡を入れ

て善後策を講じるのが先決
だろう。

予想外のハプニングに見
舞われたとき、そのあとの
対応で人間の価値がわか
る。江戸の商人たちは、そ
んなところで人としての素
養をみて、相手を見極めて
いたに違いない。ある意味
で、個人レベルでも危機管
理がなされていたと言える
だろう。

「うかつあやまり」のよ
うに、基本的なルールが身
についていない大人は「ぼ
つと出」と見られ、スリに
狙われたという。



◎月○日

久しぶりに映画館で映画を観た。大好きだったアメリカの人気テレビドラマが映画化されたのでさっそく観に出かけたのだ。

ニューヨークを舞台にキャリアを持った30代の女性たちの生活を描いたSEX AND THE CITY (SATC)

がその作品。数年前までアメリカで放送され、世界中で大ヒットしたドラマだ。新聞の人気女性コラムニストで、後にベストセラーを出版する主人公、PR会社の経営者、弁護士、そしてギャラリーのアートディーラーと、さつそうとした職業の仲良し女性たちが登場する。彼女たちは外見も美しく、ファッションもばっちり決めていて、視聴者の目を飽きさせない。ところが、4人ともなかなか決まったお相手、つまり結婚にいたる男性に巡り会えず

働く女性のこだわり日記

苦勞し、ドタバタのコメディが繰り広げられる。痛快な会話が都会で暮らす、昔で言うところの「適齢期」を過ぎた女性の現実と性、そして女性のけなげさと寂しさが余すことなく描かれ、とても楽しい番組だった。

例えば、彼女



米国ドラマの女性たちにエール

たちが過去に友人の結婚と出産祝いに使った費用を計算し、果たして自分たちには回収できるのか?と、悩む姿には大きく領けた。現実的な女性ならではの本音だ。また、ある時はお見合いパーティーに出かけた登場人物の弁護士が、

出会った男性に自分の職業を告げると、相手が引いてしまうことを憂い、飛行機の乗務員だと偽り、交際を始める。しかし、嘘がすぐ



公開中の映画『セックス・アンド・ザ・シティ』
© MMVIII New Line Productions, Inc. Sex and the City™ is a trademark of Home Box Office, Inc. All Rights Reserved.

バレてしまい相手が去ってしまふという悲しい結末。

笑いと本音がどれも共感できて、私は日本のレンタル店でDVDが出回る以前にアメリカの友人から録画したビデオを借り、観終わったらそのビデオを日本の友人に回していた。どんなに疲れて帰宅しても、新しいテープが手に入ると深夜になつてもその日の内に観ていた。アメリカのドラマであるから日本人のとする行動とはかなり違い、大胆で、時に過激だ。タイトルが表すとおり、セックスについて多くのエピソード

ソードがあつたが、オープンすぎて全くいやらしさがなかった。世界中でヒットしたのも、登場する女性たちの姿に普遍性があつたらではないだろうか。

ただ世の男性たちの間では評判が悪い。女性がセックスを楽しむ番組だと誤解されているようだ。ある時アメリカ人男性にSATCの話題を出すと、「あれを観ている女性は嫌いだ」とはつきり言われたことがあつた。そして、ある日本の週刊誌で「SATCを観ている女性は田舎もの」という記事があつた。女性の真髓が普遍的であるように、男性の女性に対する幻想も普遍的なのではと思う。
(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

H20.11.1 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、11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

11月号 平成20年11月発行 通巻382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。