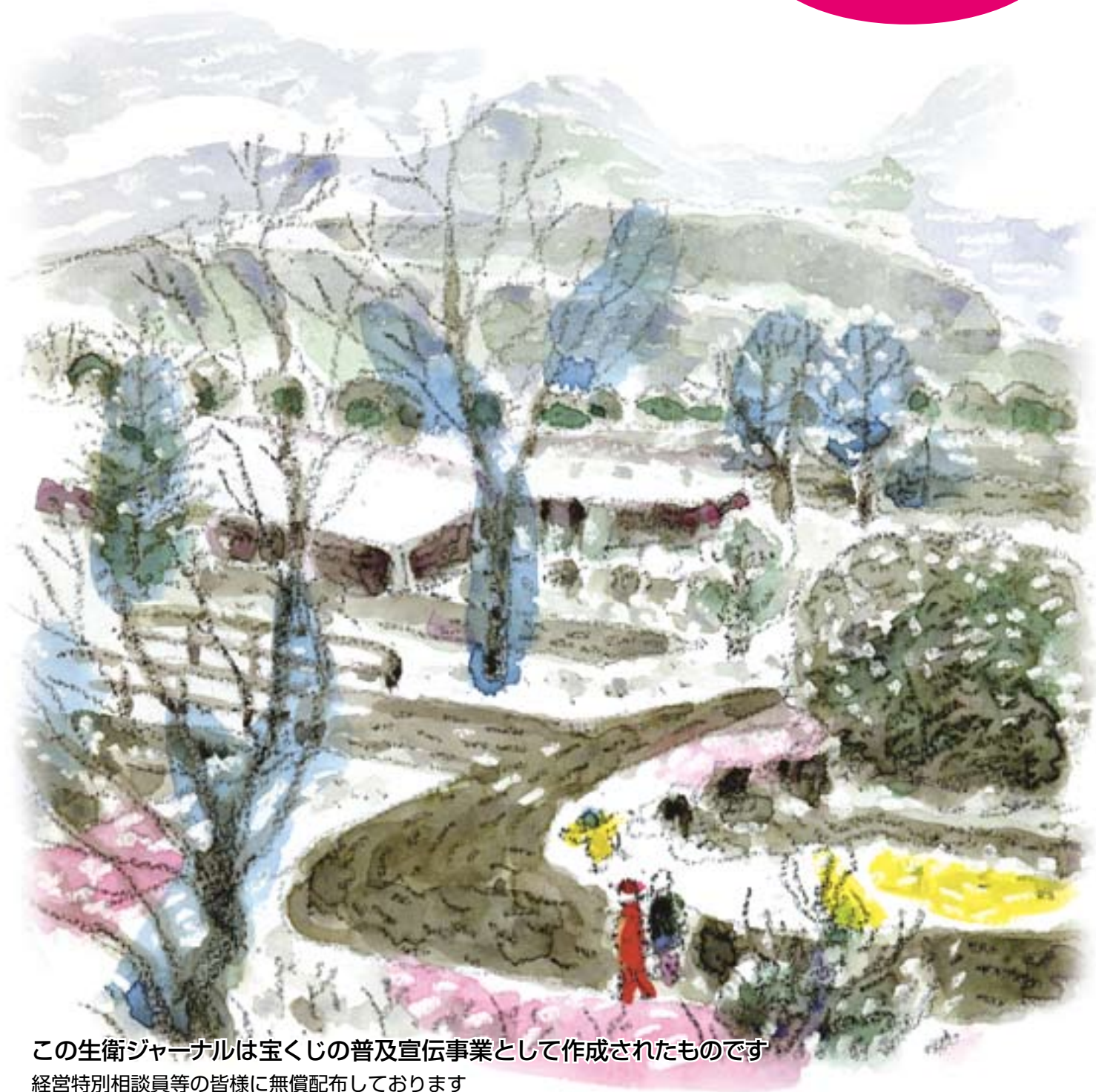


編集・発行 財団法人 全国生活衛生営業指導センター

生衛ジャーナル

「広げよう
元気の輪、地域の輪」

2009 **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 眺望でもおもてなし | |
| 総論 | 2 |
| お店探訪 | 3～9 |
| 特相員だより | 10 |
| センターにゆうす | |
| 新型インフルエンザ対策&税制パンフ配布 | |
| 生衛業経営セミナー開催へ | 11 |
| 厚生労働省から | 12～13 |
| 景気動向調査 | 14～15 |
| 消費生活相談の現場から | 16～17 |
| 連合会は今・全すし連 | 18～19 |
| せいえい掲示板 | 20 |
| 時の話題「うるう秒調整、なぜ？」 | 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 |



大分県 瀬の本温泉
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

三重県立相可^{おうか}高等学校食物調理科
専門調理師教諭

村林 新吾

相可高校食物調理科では、調理研修施設として高校生のレストラン「まごの店」を運営しています。

活動の主体は、同科の生徒が所属する「調理クラブ」です。この店は、地元の観光交流施設「五桂池ふるさと村」内に開設されている農産物直売所「おばちゃんの店」の前に平成14年10月にオープンし、「まご」のような高校生が運営することからこの名前がつけました。

土・日・祝日のみ営業し、開店以来いつも満員の大繁盛で、仕入れから接客、販売、経理までを高校生だけで行ない、「地産地消～地域と相可高校生の協働～」をテーマに運営しています。「まごの店」の目的は、①地元食材を活用することで地産地消活動の活性化 ②地域に明るくユニークな話題を提供する ③学校でできない実習の場として活用する ④相可高校生と地域住民との交流を町内外の方々に知っていただく——ことです。全国に明るい話題を提供することによる地域の活性化、産業界と若い力との協働による地域産業の活性化、地域の食文化の継承と発展、安全な食材・地域の食材の利用による地域農業の活性化、地域住民と若い世代の交流、新しい担手の育成、「地域とともに歩む学校」として、学校のあり方を提案をしています。

また、リサイクル活動にも積極的で、地元農家の有機農業研究会と協働で「まごの店」から出た生ゴミをたい肥化し、それで栽培された食材を使用しています。また、無添加・無



生徒たちと「まごの店」で課外活動に励む村林先生（右端）

着色、再利用できる間伐材の端材から作った箸を使用し、その一部を緑の募金に寄付しています。天ぷら油は、すべて石けんになります。

企業等との協同プロジェクトによる地元産品を使った加工品開発もおこない、特に「伊勢いも」については原産地でもあり300年以上の栽培の歴史があり、地元の特産品を使った商品開発により、地域の活性化につなげようと、伊勢いも入り手延べうどん「とろろ麺」を開発しました。また地元や県内の生産者団体、企業、行政機関等と協働して、地元食材を使った料理や製菓のレシピを提案しています。生徒たちが提案した数々のレシピは、生産者団体、企業、行政機関等が作成するパンフレットやホームページで公開されているほか、新聞やテレビでも紹介されており、地元食材の普及推進に役立っています。

地域の「食育ネットワーク」づくりに協力し「食」のリーダーとして、地域の「食育」の拠点となっています。地域住民等を対象とする地元産物を使った料理教室の開催、公民館料理教室への協力など、生徒たちが講師やアシスタントの役割を担い、地域の食文化の伝承と新しい食文化の提案を行っています。また、小学生対象のテーブルマナー教室の開催、福祉団体との交流会での料理提供のほか、海外にも目を向け、台湾の台北市内にある調理師専門学校との交流など、多方面において学生の得意な料理を窓口にして世界の食文化も勉強しています。

若い感性で地域と食の架け橋

地元を誇りに思い、地元大好き人間になり

施設・接遇・料理に加え

“借景”で多くの人に安らぎと感動を

日本大学経済学部講師 池田 光男

今号の特集のテーマは「眺望でもおもてなし」である。ちょっと読んだだけでは「あれ、何のこと」と思う人が少なくないと思われる。正確には、施設・接遇・料理に加え「眺望でもおもてなし」である。つまり、これこそ最高のおもてなしであることを意味している。

「眺望でもおもてなし」で、まず大事なことは地元の人が地元のことを誇りに思い、地元大好き人間になることだ。そうでなければ、他地域の人たちに地元の良さを売り込むことは出来ない。

この点、旅館「磯の音 氷見っ子」の経営者、橋本さんは「自分が大好きな氷見を全国に売り込み、氷見を好きになってもらいたい」と、地元愛着の強い意識が支えになっている。また、「黒糖工房・青空喫茶『八風畑』」の赤嶺さんは「沖縄の良さである海を堪能して欲しい」と、島のきれいな海の色を誇りにして、沖縄の良さを売り込んでいる。

上記の精神論もさることながら、具体的活動面で重要なことは、工夫により眺望をいかに作り出すかである。だが、宿泊施設などが眺望を売り物にするのはたやすい事ではない。

そこで活用すべきは地の利である。施設の周囲にある景観を取り込んでの眺望造りである。

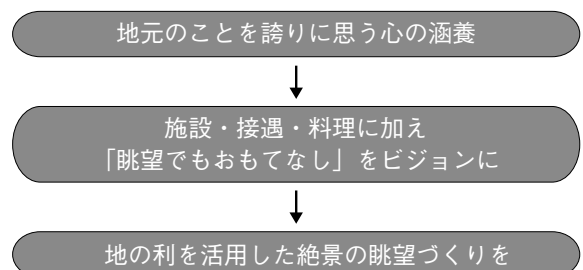
旅館「磯の音 氷見っ子」では、借景方式を取り入れた眺望を売り物にしている。目玉は客室の窓を床に近い位置に設けたことである。昼間は海越しに立山、夜には富山湾の漁火などが十分に堪能できる仕掛けとなっている。

「黒糖工房・青空喫茶『八風畑』」は、青空喫茶の店名が示すように、青空が映えるブルーの海が織り成すパノラマ展望の大自然が借景となっていて、ダイナミックな眺望の中で飲食が出来る。

パークゴルフ場に併設されたレストラン「しらかんば」では、手つかずの豊かな自然を擁するロケーションを上手に利用している。レストランの一角にある「焼肉テラス」では名物・ジンギスカンなどを食べながら戸外に広がる雪の原生林を眺め、北海道開拓時代の苦労をしのぶことができる。

3事例が示すように、自店の置かれた環境を熟視して、施設との調和をいかに図るかの工夫を行なうことが肝要である。漠然と経営をしていたのでは、いつまでたっても停滞から脱出が出来ない。

今日の渾然とした世相の中で多くの人たちが安らぎを求めている。この3事例のように日常世界から抜け出し、来訪客が安らぎの気持ちに浸り、明日への意欲をみなぎらせる感動の場所づくりも、生衛業に課せられた課題の一つであろう。



旅館「磯の音 氷見っ子」

住所：富山県氷見市阿尾45

代表者：橋本 稔さん 電話：0766・74・0007



旬の魚と一望の立山連峰

能登半島の東側付け根部分に、石川県と接して広がる氷見市は、寒ブリに代表される豊かな海の幸で全国に知られる。扇の弧のように延びる海岸からは、波静かな富山湾に浮かぶようにそびえる雄大な立山連峰も一望される。このすばらしい眺望と、富山の言葉で新鮮を意味するキトキトの魚が大きな売りとなって、1年を通じて県内外から多くの観光客が訪れている。その観光資源をさらに広め、生かそうと、平成19年11月にオープンした旅館「磯の音 氷見っ子」は、早くも氷見観光の拠点のひとつになりつつある。リピータ客も増え、社長の橋本稔さんは「氷見の良さをここから、もっともっと発信する」と声を弾ませている。

橋本さんは氷見市で生まれ育ったが、これまで旅館業とは全く縁がなかった。県外の大学を卒業後、故郷に戻り、祖父が漁業関係の仕事をして

していたこともあって、灘浦定置網漁業組合で水揚げ管理や出荷調整、さらには組合経営に携わってきた。

ずっと、この仕事を続けるつもりだったが、電子部品会社を経営していた父親の体調が思わしくなく、平成5年ごろ、家業を継いだ。しかし、受注先が海外に生産拠点を移したことから業績は悪化し、数年間、仕事がほとんどない状態が続き、転業を余儀なくされた。



「磯の音 氷見っ子」の外観

橋本さん夫妻



一時は会社の土地を手放すことを考えたが、どうしてもこの土地を離れることができ

なかった。氷見への愛着ゆえだった。そして、自分が大好きな氷見を全国の人に売り込み、氷見を好きになってもらおうと、旅館の営業を思い立った。平成18年から工場跡地を更地にして建設に取り掛かり、4階建ての旅館を完成させた。

客室は和室12室（12畳10室、8畳2室）で、全室に洗面所、トイレ（うち2室は風呂付き）が完備されている。68畳と15畳（2室）の宴会場もあり、浴場は温泉（露天、内湯）。駐車場は乗用車50台、大型1台が収容できる。自分が最高だと思う風景を撮った写真などを入

れたDVDを自作し、お客様に配っている。氷見は定置網発祥の地ということもあって、ロビーのテーブルには定置網の模型も飾ってある。

女将の妻、裕美子さんは、氷見北部中、県立高岡女子高（現 高岡西高）を通して、バトミントンの選手として活躍。中学では全国大会、高校のインターハイにも出場している。「バトミントンを通じて多くの人たちとつながりができました。そして今回、この人たちが手を差し伸べてくれました。皆さんからのアドバイスや励まし、さらに口コミでのPR、お客様の紹介と、本当に感謝しています」と語る。

日本海側有数の水揚げ量を誇る氷見漁港には、四季を通じて156種類もの魚が揚がる。初夏のホンマグロ、冬の寒ブリ、そして氷見イワシは特に有名だ。

旅館経営のずぶの素人だけに、橋本さんには不安もあったが、「この豊かな海の幸を中心にした経営のコンセプトをしっかりと固めて臨めば、経営は軌道に乗る」という信念があった。

自慢の風景を存分に見てもらおうと、客室の窓を床に近い位置に設け、座った状態で眺められるようにした。昼は海越しに立山、夜には富山湾にこぼれんばかりの漁火と氷見市の街の明かりが輝いて見え、お客様からは感嘆の声が漏れてくる。

料理にも気を配るのは言うまでもない。「何よりも工夫が大切だ。イカのゲソをテーブルで焼きながら食べてもらおう。さらに、ブリカ

マや魚のうす腹の焼き物などの一品料理を提供することでお客様に喜んで食べてもらうようにしている」という。

「工夫とこだわりは看板。今後も一品料理を続け、育てて



▲雪化粧した立山連峰
（左に見えるのは阿尾城址）



旅館の部屋から座った状態で▶
立山連峰が望める



キトキトの料理 (右から) イカの
ゲソ焼き、タイ飯、刺身



ブリしゃぶ

いきたい。信頼関係が一番大切です。電話でも相談していただければ、『今、これこれの魚が水揚げされている』とお答えすることができますし…」

今は、寒ブリのしゃぶしゃぶ、ブリ大根、アンコウ鍋、ヤリイカと旬のものがいっぱい。春先にかけてはヤリイカからスルメイカ、アジ、サバ、ハチメ…、初夏にはホンマグロ、イワガキ…。灘浦定置網漁業組合に勤めた経験を生かし「漁師の目線で魚を見ている」ことで、鮮度に対する目利きも備わっている。「キトキトの魚を味わってもらおう」という旅館経営の上で、貴重な経験が役に立っている。



▲露天風呂



内湯▶

「開業してから1年余り、無我夢中にやってきた。豪華に飾られた料理でなく、今後も、旬の魚の本来の味を楽しんでもらうように、スタッフと力を合わせ頑張っていきたい」と橋本さん。

お客様の声を聞いてみた。

老人クラブの会長をしている高岡市の坂東章さんは「10月下旬、老人クラブのメンバーと一泊。早朝、日の出を見ようと期待していたが、あいにく雲がかかり見ることができなかった。しかし、予想していなかった虹が見え、最高でした」と自然が演出してくれたパノラマに感激の面持ち。

砺波市の北島康子さんは「女将さんとは高校時代、バトミントン部の先輩・後輩の間柄。笑顔が素敵な努力家です。毎回、違った料理で旬のものが出てくるし、家庭的な雰囲気に入れます。私も鮮魚を扱う仕事をしており、電話でお互いに励まし合っています」と、エールを送っている。

「国は、前の浜辺に砂浜をつくる計画を立てている。早く実現してほしい。さらに遊歩道なども整備されれば、お年寄りや子供たちが素足で水遊びができるようになるし、まだまだ観光客を増やせる」と、橋本さんは期待を込めている。

「磯の音 氷見っ子」のURL=<http://www.himikko.jp>



宴会場

黒糖とオーシャンビュー



隠れ家的な喫茶店「八風畑」

沖縄といえば青い空にコバルトブルーの海、そしてサトウキビ畑。観光客の増加に伴い、県内には海を眺めるカフェや喫茶店が増えた。なかでも静穏な中城湾なかぐすくと太平洋に面している南城市なんじょう。緑豊かな自然に囲まれ、世界遺産の「斎場御嶽」せいふあうたきなど多くのグスク（城址）や文化遺産があり、沖縄の信仰の原点となっている。ここにも美しい海岸景観に癒しを求め、県内外から多くの人々が訪れる。そうした静かさと180度のパノラマを求めて、人気スポットとして脚光を浴びているのが「黒糖工房・青空喫茶『八風畑』」だ。

1町3村が合併して誕生した南城市は、那覇市から南東へ約12キロに位置し、那覇空港から車で約40分。市道86号線沿いにあるユニークな手作り看板に従ってサトウキビ畑を抜けると「黒糖工房・青空喫茶『八風畑』」がある。

沖縄の基幹作物であるサトウキビを栽培し、収穫したサトウキビの加工、販売までを一貫して行っている。高台にあるサトウキビ畑に囲まれた黒糖工房では昔ながらの製法で純黒糖を製造。緑に囲まれた青空喫茶では、眼下

に広がるオーシャンビューを楽しみながら黒糖菓子や沖縄野菜を使った料理が食べられる。黒糖の原材料生産、加工、販売を一貫してやっているのは県内ではここだけ。

どちらかという隠れ家的な喫茶店。オーナーの赤嶺和雄さんが産業廃棄物処理業を経営していることから、テーブルやイス、看板など建造物の解体時に出る廃材を再利用し、店長の宮平正志さんら店員が力を合せて作った手作りのお店だ。「廃材でも加工すれば味のあるものになる」と宮平さん。「既製品を買ったほうが安くつくこともあるが、どこにもない店づくりをやりたい」と手作りにこだわる。コンテナを改造した屋内の席からは青い空、沖縄の美しい海が堪能できる。奥へ進むと崖を下る舗道もあり、食後の散歩も楽しめる。

昔ながらの製法で作る黒糖は、自社所有の畑で栽培したサトウキビを使ったもの。製造は週に2、3回。その日の午前中に収穫した新鮮なサトウキビから絞った汁を煮込んで作る純黒糖だ。沖縄本島内では純黒糖を生産している工場は少ない。サトウキビの絞り汁を精製せずにそのまま釜炊きするため、糖分のほかに数多くの栄養分を含んでおり、自然健康食品としても見直されている。

黒糖を煮詰めるための薪も廃材として出た木材を使用。工房はオープンで製造過程は誰でも見学でき、作りたての試食も可能だ。ちなみに、サトウキビの収穫時期は通常12月から3月末ごろに最盛期を迎えるが、八風畑では年中収穫できるサイクルで栽培している。

プロの職人が作った質の高い黒糖を提供したいと、生産量は1日に30～40キロと多くはない。赤嶺さんは「農業、製造業、サービス業と一次産業から三次産業まで一貫したことを

やりたかった。小規模ならできること」と話す。「昔は各地域に小さな製糖工場があったが、今はない。スーパーなどの大型店や土産品店に売られているのは黒糖菓子。純黒糖の味が忘れられつつある」と危惧し、沖縄の古き良き時代を南城市の高台に再現した。宮平さんも「地元の方配の方たちは懐かしいと喜んでくれる」と話す。

喫茶店で出すデザートや飲み物には工房で作った黒糖が使われている。お勧めメニューはぜんざい。夏はクラッシュアイスをのせた沖縄ならではの冷たい黒糖ぜんざい。自家製の黒糖蜜がたっぷりかかったカキ氷の下には黒糖で煮た豆が隠れている。寒くなれば温かいぜんざいも食べられる。オリジナルの黒糖ケーキや黒糖ティラミス、プリンも用意。純黒糖をまぶした黒糖カプチーノも。料理はゴーヤ（ニガウリ）や島にんじん、ハンダマなどの島野菜をトッピングしたピザやこんがり焼いた手作りパンに島野菜と肉を挟んだイタリア風サンドイッチ「パニーノ」、無農薬の島野菜をたっぷり使ったトマトパスタがある。

食材は農家の直売店で新鮮なものを仕入れ、地産地消にも貢献している。旬の島野菜を使うため、季節によってトッピングが異なり、シーズンを通して違った味が楽しめる。

オープンから2年余が経ち、180度のパノラマビューと体に優しい食材を使った料理が口コミで広がり、観光客らが多く訪れるようになった。赤嶺さんは「おいしい料理を食べながら沖縄の良さである海を堪能してほ



店のデッキからは180度のオーシャンビューを堪能できる

しい。小さな観光スポットになれば」と期待を寄せ、「黒糖の生産性を上げて販路を拡大し、純黒糖を広めたい」と話す。キッチンを担当する宮平さんは「純黒糖を使ったおいしいお菓子を提供したい」と視覚だけではなく味覚、嗅覚でも最高のもてなしを目指す。「ここに来たら懐かしいと思ってくれる店にしたい」と宮平さん。「ここを良いと思ってくれた人を裏切らず、でも食事メニューなどで新しいものに挑戦しながら、自然の中で飲食できる環境を作っていきたい」と熱を込めた。



◀純黒糖を手にする店長の宮平さん

▼島野菜をトッピングしたピザと黒糖



雪景色の原生林を堪能



支配人の山根道子さん

北海道の空の玄関、「新千歳空港」から札幌へ向かう途中に、北広島市という人口約6万人の街がある。北海道開拓時代、北の大地に夢を託し、広島県から人々が移住してきた土地であり、札幌農学校（現・北大）で教鞭をとったクラーク博士が「ボーイズ・ビー・アンビシャス」の名言を残したゆかりの地である。ここ北広島市西の里に、広大なパークゴルフ場に併設されたレストラン「しらかんば」がある。ここで、北海道開拓時代をほうふつさせる原生林を眺めながらジンギスカンなどの食事ができる。リピーターが絶えないこの施設の魅力を支配人の山根道子さんにうかがった。

レストラン「しらかんば」は、「(株)山根ウエストヒル」が経営するパークゴルフ場に併設された「里の森」の一施設。地元はもちろん、札幌市民や観光客にも人気のスポットだ。「里の森」周辺は、春には桜やコブシが咲き誇り、夏には青々とした緑に包まれ、秋には紅葉、冬には雪景色を楽しむことができる

「しらかんば」は、30種以上のメニューが揃っており、人気メニューは「そば弁当」(850円)。自慢のそばは、毎日入荷している特注の打ちたて麺。歯ごたえがあり、ツルリとしたのどごし。添えられた天ぷらは、なんと社長（支配人の父）である山根勸すすむさんが自宅の畑で取

穫した新鮮な野菜。山根社長が従業員にしているのは、「お客様に損はさせない」という気持ち。メニューにも、その心意気が反映されている。

レストランの一角には、「焼き肉テラス」のコーナーがあり、ここで生ラムジンギスカン（1人前700円）や焼き肉（ロース同900円）が食べられる。名前のとおり、夏場はオープンテラスとなり、冬場はガラス戸越しに、手つかずの原生林が眼前に迫って見渡せる。北海道開拓時代の屯田兵たちの苦勞をしのびながら、ジンギスカンに舌鼓を打つことができる。

また、四季を通して人気なのが併設の日帰り天然温泉「森のゆ」。この温泉は全国的にも珍しい、植物起源の有機質を含んだ「モール泉」だ。見た目はコーラのような茶褐色で、肌にしっとりからみつく、ツルツルとした感触が特徴。美肌の湯としても人気を博している。

山根支配人によると、「森のゆ」には多い日で1,000人を越える利用者が訪れるという。「森のゆ」の一番の自慢は、景色の良い露天風呂。岩を敷き詰めた風呂は、つま先から腰、肩へトロリとした湯が体を包み込む。肩まで浸かって熱くなってきたら、縁に置かれた岩に腰



稲荷寿司が付くそば弁当はボリューム満点



広い窓が開放的な「焼肉テラス」。原生林が間近に見渡すことができる

をかけて景観を眺めるのも良い。高台にある露天風呂は、少し体を乗り出せば、森に向かって空中散歩をしている気分になる。札幌という大都市に隣接しながら手つかずの自然に囲まれた露天は、湯に浸かりながら森林浴を味わっているようだ。森と空のコントラストは額縁に入れて飾っておきたいほど。

2つある露天風呂は日替わりで男湯と女湯が入れ替わり、西側の風呂からは恵庭岳をはじめとする札幌の山並みを見渡すことができ、東側の風呂からは豊かな森が目の前に迫る。しかも、この自然は内湯やサウナの窓からも顔をのぞかせる。日ごろの喧騒を忘れることができ、いつでも温かく迎え入れてくれる温泉だ。また、休憩スペースは、畳敷きの間と

テーブルテラスがあり、畳でのんびり寝転がりながらテレビを見るもよし、テーブルでビールを飲むもよし、利用者は様々にリラックスしている。

ここで働く約40名の従業員は、各施設の特徴に合わせた接客を心がけている。特に温泉は、体ひとつで人々が集まるスペース。気をつけていることは、「お客様と付かず離れずの適度な距離感」（支配人の山根支配人の話）。神経質になりやすい裸の浴場で客に心地良く過ごしてもらうには、この「距離感」がポイントだ。定期的に入る清掃も、決して来館者の邪魔にはならない「空気のような存在」である。また、従業員の

意見や要望が経営者に届きやすい風通しの良い職場作りも、支配人が気を配っているところ。働きやすい環境が、お客様にとって心地良い施設を維持しているのだ。

「里の森」は、JR札幌―千歳間にある上野幌駅（普通列車のみ停車）から徒歩8分という好立地のため、出張や旅行の途中でも気軽に訪れることができる。また、施設は国道に面しており、長距離ドライバーが休憩に立ち寄ることも可能。レストランだけの利用もできる。両方楽しみたいときには、入浴と食事がセットになったプランも人気。いつでも温かく迎えてくれる、体にも心にも優しい施設である。

▶ 「森のゆ」入り口



冬には雪景色を楽しめる露天風呂▶



特相員だより



「洗髪設備の義務化」県条例制定に向け活動中

新潟県理容生活衛生同業組合・経営特別相談員
清水 義雄

私は新潟県胎内市の中条駅前家族4人、スタッフ3人で理容店を営業しています。そして支部員60名の支援と励ましを得ながら中条支部長を務めさせていただいています。

県組合では早川幹夫理事長さんのもとで新分野にチャレンジしています。最近では、①普通高校の総合学習の時間を通じての業界PR、②理容学校生やOBへの激励と離職率の減少を目的とした理容通信誌の発行、③今年四月の県条例で新規開店時の洗髪設備の義務化制定に向けての活動——など、少しでも暮らしやすい業界のために微力ながら活動を続けています。

特相員となってから10年が過ぎましたが、始めのころは大変でした。相談に来られた方とお話をして書類を提出するのですが、自分では分かったつもりでも全然ダメで、不備で何回も融資先の担当の方と電話でやり取りしたこ

とを、昨日のように良く覚えています。私が相談を受けた方は比較的、年配の方が多く、逆に相手からいろいろ気を遣っていただいたこともありました。

書類提出を無事終え、やがて融資が決まって、本人やご家族からお礼の挨拶をされた時は「ああ、良かった。少しは協力できたのかな」と我が事のように嬉しくなります。

不況に強いと言われる理容業ですが、今は大変な時代を迎えています。こんな時に、利用しやすく制度改正された「衛経融資」について、一人でも多くの方に知っていただき、皆様のお役に立つよう、機会あるごとに支部の皆様へPRしています。こんなすばらしい制度が気軽に利用できるようになったのですから、私もせいぜい協力を惜しまないつもりです。

未来ある明るい業界を目指して、みんな頑張りたいと願っております。

～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～

生活衛生融資のご案内

●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。

新型インフルエンザ対策と税制のパンフ配布

全国生活衛生営業指導センターは、このほど「生活衛生関係営業のみなさんへ みんなでできる新型インフルエンザ対策」と題するパンフレット（A4判、8ページ）＝写真左＝と、「早わかり生活衛生営業 税制」（同、28ページ）＝同右＝を作製、都道府県センター、各生衛組合、都道府県などの関係機関に配布しました。

新型インフルエンザ対策のパンフレットでは、①日常業務の中ですぐにできること②インフルエンザの正しい知識③正しい清掃・消毒方法④インフルエンザ流行期の対応、の4本柱で構成。新型インフルエンザに対して正しい知識を持つことを大前提とし、そのうえで正しい清掃・消毒方法を習慣化、職場での予防策を検討して役割を明確化、流行期の対応を予め決めておくことがポイントとしています。

「税制」パンフレットは、平成20年度税制改正を基にした改訂版となっており、法人・所得・相続・贈与・住民・事業・固定資産・消費など



各税について詳述されています。とくに生活衛生関係営業と関連がある優遇制度や注意点などが分かりやすく解説されており、税務申告の際に活用できるようになっています。

この二つのパンフレットは全国指導センターのホームページにも掲載されています（URL：<http://www.seiei.or.jp/>）。

なお、追加配布をご希望の方、あるいはお問い合わせの方は都道府県の指導センターにご連絡ください（25ページ参照）。

生衛業経営セミナーを 3月2日に開催

全国生活衛生営業指導センターは、生衛業の経営者の皆様に、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4回目となる生衛業経営セミナーを開催します。

開催日時と場所は次のとおりです。

日 時：3月2日（月）13：00～16：00

場 所：東京・新橋 全国生衛会館4階



昨年7月に開催された松江での生衛業経営セミナー

平成19年度 生活衛生関係経営実態調査の概要

平成20年12月に厚生労働省健康局がまとめた平成19年度生活衛生関係営業経営実態調査について、その概要をご紹介します。

生活衛生関係経営実態調査は毎年3業種の施設を調査対象としており、平成19年度では、飲食店営業（そば・うどん店）（698施設）、公衆浴場業（638施設）、冰雪販売業（176施設）について調査を行いました。

○飲食店営業（そば・うどん店）について

そば・うどん店の経営主体をみると、個人経営が58.2%と最も高く、次いで有限会社32.2%、株式会社が8.2%となっています。（表1）

表1 経営主体別施設数の構成割合（%）

| | そば・うどん店 | 公衆浴場業 | 冰雪販売業 |
|------|---------|-------|-------|
| 総 数 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| 個人経営 | 58.2 | 62.9 | 53.4 |
| 株式会社 | 8.2 | 4.9 | 18.2 |
| 有限会社 | 32.2 | 29.0 | 26.7 |
| その他 | 1.4 | 3.3 | 1.7 |

創業年別に全体の施設数の構成割合をみると、50年以上が、30.7%と最も高く、次いで、30～39年が21.3%となっています。（図1）

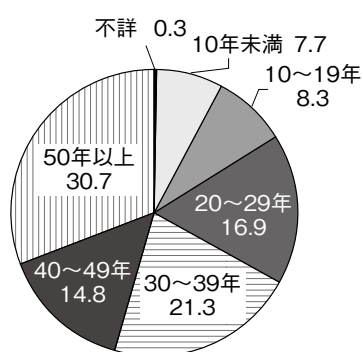


図1 創業年別施設数の構成割合（%）

経営者の年齢階級について総数を見ると、60歳代が38.7%と最も多く、次いで50歳代31.4%、70歳代15.6%となっています。また、個人経営をみると、60歳以上（60歳代+70歳以上）では、56.7%と約半分を占めており、経営者は高齢化の状況にあるといえます。（表2）

表2 経営者の年齢階級別施設数の構成割合（%）

| | 総 数 | 個人経営 | 株式会社 | 有限会社 |
|--------|-------|-------|-------|-------|
| 総 数 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| 30歳未満 | 0.4 | - | - | 1.3 |
| 30～39歳 | 3.2 | 3.4 | - | 3.1 |
| 40～49歳 | 10.6 | 9.9 | 10.5 | 12.4 |
| 50～59歳 | 31.4 | 30.0 | 29.8 | 34.7 |
| 60～69歳 | 38.7 | 39.2 | 42.1 | 36.0 |
| 70歳以上 | 15.6 | 17.5 | 15.8 | 12.4 |
| 不 詳 | 0.1 | - | 1.8 | - |

経営上の問題点では、客数の減少が66.9%と最も高く、次いで材料費の上昇が48.3%となっており、今後の経営方針では、食事メニューの工夫が59.5%と最も高くなっています。（表3）

表3 経営上の問題点、今後の経営方針（複数回答）

| 経営上の問題点 | 今後の経営方針 |
|-----------------|------------------|
| 客数の減少(66.9%) | 食事メニューの工夫(59.5%) |
| 材料費の上昇(48.3%) | 接客サービスの充実(38.7%) |
| 燃料費の上昇(28.9%) | 価格の見直し(31.5%) |
| 光熱費の上昇(27.7%) | 施設・設備の改装(20.8%) |
| 施設設備の老朽化(24.6%) | 広告・宣伝等の強化(18.2%) |

○公衆浴場業について

公衆浴場業の経営主体をみると、個人経営が62.9%を占め、3業種の中で最も高く、次いで有限会社29.0%、株式会社が4.9%となっています。（表1）

創業年別に施設数の構成割合をみると、50年以上が57.1%と半数以上を占め、次いで、40～49年が23.5%となっています。（図2）

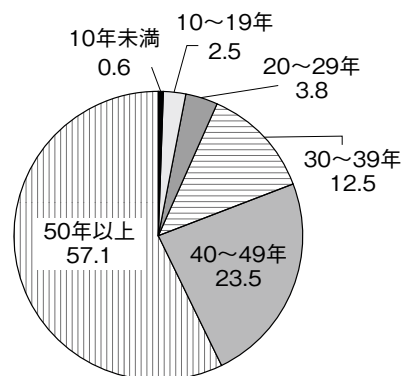


図2 創業年別施設数の構成割合（%）

経営者の年齢階級について総数をみると、70歳代が36.5%と最も高く、次いで60歳代33.4%、50歳以上23.2%と、年齢が若くなるごとに割合が低くなっています。また、個人経営では70歳以上が39.9%と最も高いのに比べ、株式会社と有限会社では、50歳代の割合が最も高くなっています。(表4)

表4 経営者の年齢階級別施設数の構成割合 (%)

| | 総数 | 個人経営 | 株式会社 | 有限会社 |
|--------|-------|-------|-------|-------|
| 総数 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| 30歳未満 | 0.2 | - | - | 0.5 |
| 30～39歳 | 0.6 | 0.5 | - | - |
| 40～49歳 | 6.0 | 4.5 | 12.9 | 8.1 |
| 50～59歳 | 23.2 | 20.2 | 34.7 | 39.9 |
| 60～69歳 | 33.4 | 34.7 | 32.3 | 32.4 |
| 70歳以上 | 36.5 | 39.9 | 25.8 | 30.3 |
| 不詳 | 0.2 | - | - | - |

経営上の問題点では客数の減少が87.3%と3業種の中で最も高く、次いで、燃料費の上昇64.9%、他の浴場の出現49.5%となっています。(表5)

表5 経営上の問題点、今後の経営方針 (複数回答)

| | | |
|---|---|--|
| 経営上の問題点 客数の減少 (87.3%) 燃料費の上昇 (64.9%) 他の浴場の出現 (49.5%) 施設設備の老朽化 (48.9%) 光熱費の上昇 (22.1%) | → | 今後の経営方針 施設・設備の改装 (30.7%) 接客サービスの充実 (26.8%) 廃業 (16.6%) 広告・宣伝等の強化 (13.2%) 営業時間の変更 (12.5%) |
|---|---|--|

○冰雪販売業について

冰雪販売業の経営主体をみると、個人経営が53.4%と最も高く、次いで有限会社26.7%、株式会社が18.2%となっています。(表1)

創業年別に施設数の構成割合をみると、50年以上が60.2%と3業種の中で最も高く、次いで、40～49年が19.3%となっています(図3)。

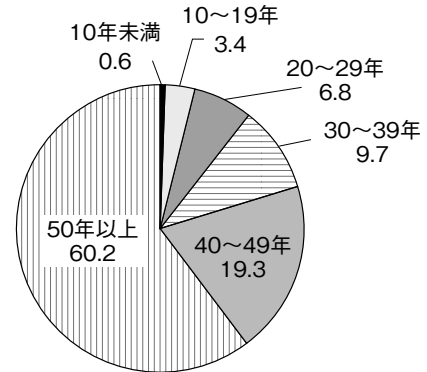


図3 創業年別施設数の構成割合 (%)

経営者の年齢階級について総数をみると、60歳代が35.8%と最も高く、次いで70歳代が33.0%、50歳以上18.2%となっています。また、個人経営では70歳以上が50.0%と最も高いのに比べ、株式会社と有限会社では、60歳代の割合が最も高くなっています。(表6)

表6 経営者の年齢階級別施設数の構成割合 (%)

| | 総数 | 個人経営 | 株式会社 | 有限会社 |
|--------|-------|-------|-------|-------|
| 総数 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| 30歳未満 | - | - | - | - |
| 30～39歳 | 1.7 | 1.1 | - | 4.3 |
| 40～49歳 | 10.8 | 5.3 | 25.0 | 12.8 |
| 50～59歳 | 18.2 | 12.8 | 28.1 | 21.3 |
| 60～69歳 | 35.8 | 30.9 | 40.6 | 42.6 |
| 70歳以上 | 33.0 | 50.0 | 6.3 | 17.0 |
| 不詳 | 0.6 | - | - | 2.1 |

経営上の問題点では、客数の減少が73.9%と最も高く、次いで、燃料費の上昇27.8%、コンビニでの販売26.1%となっており、今後の経営方針では、廃業が21.0%と最も高く、次いで、接客サービスの充実が19.3%、価格の見直しが17.0%となっています。(表7)

表7 経営上の問題点、今後の経営方針 (複数回答)

| | | |
|--|---|---|
| 経営上の問題点 客数の減少 (73.9%) 燃料費の上昇 (27.8%) コンビニでの販売 (26.1%) 施設設備の老朽化 (21.0%) 後継者難 (21.0%) | → | 今後の経営方針 廃業 (21.0%) 接客サービスの充実 (19.3%) 価格の見直し (17.0%) 経営の多角化 (16.5%) 広告・宣伝等の強化 (13.6%) |
|--|---|---|

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20年7～9月期）から——

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。

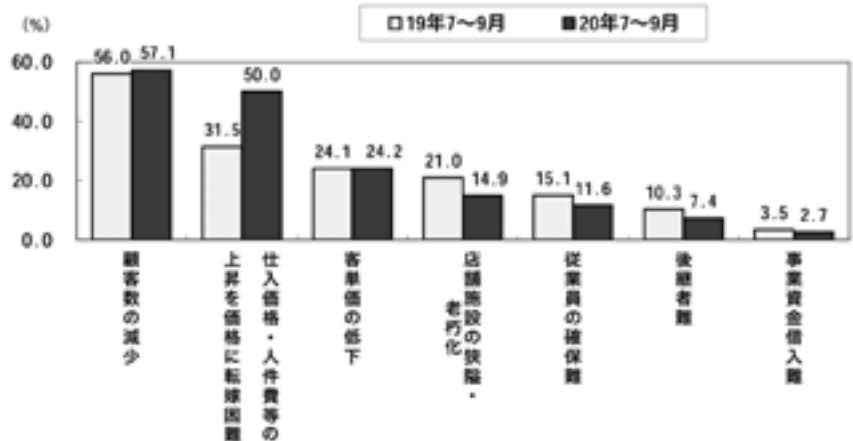
生活衛生関係営業の経営上の問題点

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」(57.1%)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」(50.0%)、「客単価の低下」(24.2%)、「店舗施設の狭隘・老朽化」(14.9%)と続いています。

前年同期比では、「顧客数の減少」が1.1の上昇であるの

に対し、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」は18.5と大幅に上昇しており、原油価格の高騰や原材料価格の上昇が経営に影響を及ぼしていることがうかがえます。

経営上の問題点（全業種）（複数回答）



問題点別にみた各業種の動向

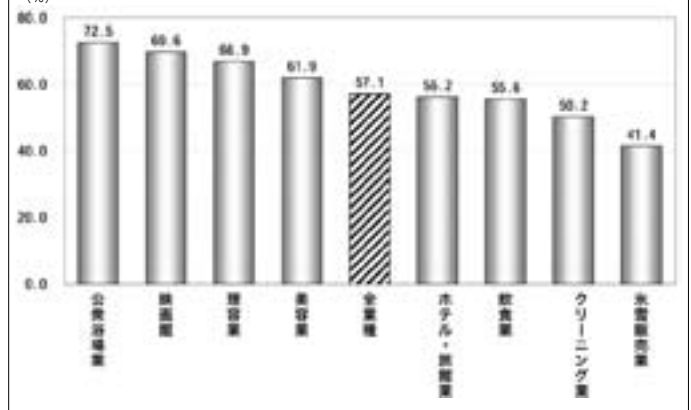
それぞれの問題点について、どの業種が多いのかについて分析すると次のとおりです。

1 顧客数の減少

顧客数の減少をあげた企業の割合は「公衆浴場業」(72.5%)が最も高く、次いで「映画館」(69.6%)、「理容業」(66.9%)と続いています。

公衆浴場業は、自家風呂の普及、スーパー銭湯の進出等が影響しているとみられます。また、映画館では、家庭用ビデオやDVDの普及、理容業では、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。

顧客数の減少



2 仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難

「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」については、「クリーニング業」(72.3%)が最も高く、次いで「食肉・食鳥肉販売業」(71.9%)となっています。

クリーニング業は、ボイラー燃料、溶剤、プラスチックハンガー等、石油関連製品への依存度が大きく、原油価格の高騰に伴う原材料価格の上昇が経営を圧迫しています。食肉・食鳥肉販売業は、飼料価格の高騰を背景とする仕入価格の上昇等が要因として考えられます。

3 客単価の低下

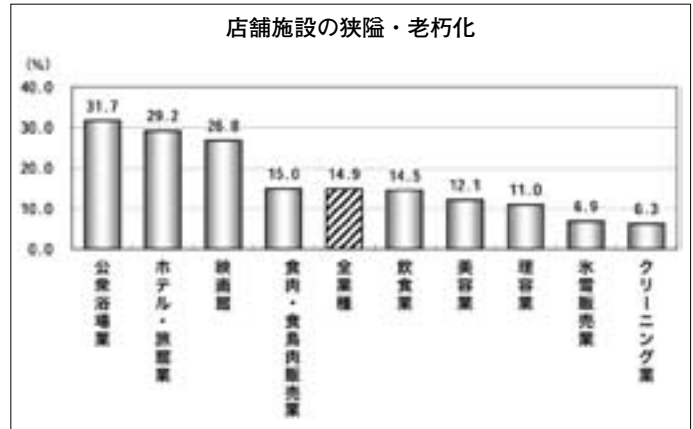
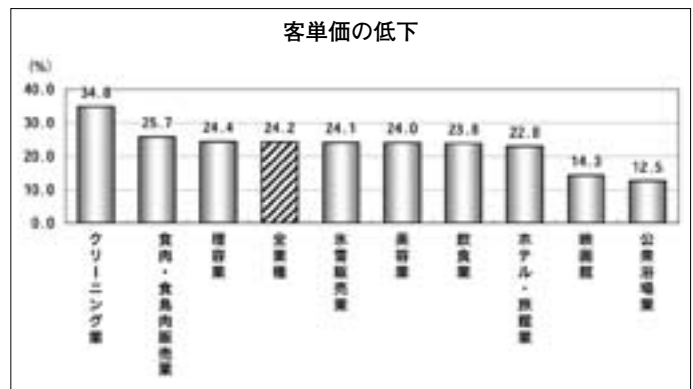
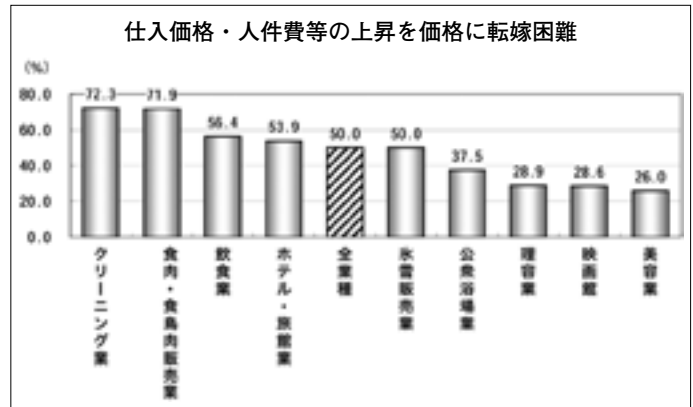
客単価の低下については、「クリーニング業」(34.8%)が最も高く、次いで「食肉・食鳥肉販売業」(25.7%)、「美容業」(24.4%)となっています。

クリーニング業は消費者の節約志向、家庭用洗濯機の高機能化、形状記憶シャツの普及などが要因と考えられます。

4 店舗施設の狭隘・老朽化

店舗施設の狭隘・老朽化については、「公衆浴場業」(31.7%)が最も高く、次いで「ホテル・旅館業」(29.2%)、「映画館」(26.8%)となっています。

3業種とも営業設備としての高額設備投資を要する業種であり、消費者嗜好の多様化や厳しい経営環境変化が背景にうかがえます。



工夫事例

各問題点への対策として、調査のなかで以下のような工夫事例がありましたのでご紹介します。

| 問題点 | 業種 | 工夫事例 |
|----------------------|-----|--|
| 顧客数の減少 | 理容業 | 店舗の衛生管理の励行や顧客サービスの向上を徹底。技術の見直しを進め、個別サービス加算方式に料金体系を変更し、きめ細かくニーズに対応したことで顧客数が増加した。 |
| 仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難 | 飲食業 | 提供するメニューの大半を10%程度値上げする一方で、3割のメニューで値下げを実施。選択肢が増えたことが好評で集客力がアップした。 |
| 客単価の低下 | 美容業 | 高齢の顧客に対し送迎のサービスを続け、従来カットだけであった顧客がパーマやカラーの注文をするようになった。また、ネイルを楽しむ顧客も増加し、来店サイクルも短縮した。 |

多重債務問題は必ず解決できます

＜社団法人全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 菅 美千世＞

平成18年12月、改正貸金業法が成立し、21年末には完全施行される見通しになっています。この改正を受けて、金融庁は19年4月20日「多重債務問題改善プログラム」を策定し、国、自治体、関係団体が取り組むべき具体的な施策を掲げ、多重債務者相談マニュアルの作成や多重債務者向けの無料相談会の実施等の取り組みを要請しました。

「多重債務問題改善プログラム」とは

「多重債務問題改善プログラム」は、①丁寧に事情を聞いてアドバイスを行う相談窓口の整備・強化 ②借りられなくなった人に対する顔の見えるセーフティネット貸付の提供 ③多重債務者発生予防のための金融経済教育の強化 ④ヤミ金の撲滅に向けた取締りの強化、など現在の「借り手への対策」のために策定されたものです。

「多重債務問題改善プログラム」を受けて、各地の多重債務相談窓口はどのように変わってきたのでしょうか。

私の勤務する消費生活センターでは、相談を促すために広報紙、ホームページへの掲載、チラシの配布はもちろん、国民健康保険や市民税等の納税相談や生活保護申請等に訪れた市民へ借金で苦しんでいないか各課が丁寧に聴き取り、多重債務相談へと連携します。そうすることにより多重債務者が安心して債務整理にあたり、税金滞納等の問題解決にも繋がります。事業者も、従来からの相談をより充実させ救済に努めています。従来は、弁護士や司法書士等専門家に委ねるしかなかった借金問題も、最近では、貸金業者の取引履歴の開示請求にはもちろん、返済待ち、過払い

金の返還にも応ずるなど、貸金業者の理解も進んで債務整理がし易くなりました。

＜事例＞

30代のA子さん（専業主婦）からの第一声は「カードローンが払えない。自己破産をするお金もない。死ぬしかないでしょうか」と悲痛な電話。

A子さんの夫からの生活費は毎月5万円。住宅ローンを抱えているものの、6人家族の生活費としては少なすぎることに着目し相談者の申し出に耳を傾け、翌日、来所したA子さんと共に債務リストを作成しました。始めは食料品等をクレジットカード払いで購入しているうちに支払いが追いつかず、キャッシングをしてしまい、毎月の返済にまた別のカードを使いキャッシングを重ね、1年間で200万円に増えてしまったのです。

借金問題を解決するには配偶者に現状を打ち明ける事を勧め、夫にも借金がなくなかぬかを聞き出してもらったところ、夫には妻以上に借金があることがわかり、夫も一緒に来所。夫の借金の中には、過去に親からの援助で完済していた件も複数あり、業者取引履歴の開示請求を求め、利息制限法で引き直し計算を助言し、夫婦で再計算をしてもらいました。

計算の結果、過払い金が発生していることが判明。弁護士費用の目処がたち、夫は個人再生手続きで住宅を残す方法を弁護士に委任。妻は自分で裁判所に自己破産の申し立てをし、3ヶ月目に免責決定になり無事解決。クレジットカードは絶対持ちたくないと言った猛反省。生活費が不足した時にはきちんと夫と話し合えるよう、家計簿記帳を始めた、と報告がありました。

多重債務問題は必ず解決できる

多重債務問題は自殺、夜逃げ、家庭内暴力、児童虐待、犯罪などの原因となります。多重債務に陥った場合の解決には ①任意整理 ②特定調停 ③個人再生手続 ④自己破産の4つの方法があります。

サラ金やカードによるキャッシングの金利は現在でも利息制限法の制限金利を大幅に上回る金利となっている業者が少なくありません。取引の開始日に遡って利息制限法に基づき引き直し計算をすると借金額を大幅に圧縮できるだけでなく、業者との取引期間が長ければ長いほど過払い金の発生が見込まれ、業者に対して返還請求ができます。

こうして引き直し計算をしても借金が残った場合は、簡易裁判所に特定調停の申立てをします。費用も安く、将来利息のカットも可能です。

また、折角建てた住宅を手放したくない場合などは、地方裁判所に個人再生手続の申立てをして、認可された再生計画案に基づき弁済すれば、元本の一部が免除されます。この場合は弁護士等に委任するのが一般的です。

上記の3つの方法でも返済が困難な場合は、地方裁判所に自己破産の申立てをして破産宣告を受け、免責決定を受ければ債務は免除されます。

多重債務者にならないために

親族や友人の保証人を引受けたばかりに、多重債務に陥ってしまう例も多々あります。また、世間体を考えるあまり、親族が安易に借金を返済することも、多重債務状態を悪化させる要因となります。

自分の月々の収入から借金を返済できなく

なった時が多重債務者への第一歩です。『超低金利、無担保・無保証500万円即日融資』など甘い話に乗るヤミ金融の被害も絶えません。借金返済のために融資先を探す前に、相談窓口にご相談することをお勧めします。

多重債務者の中で家計簿を記帳している方は極めて少数です。「つけてもつけなくても、どうせお金がないのだから」と自暴自棄になっているのではないのでしょうか。特に、多重債務問題を解決した方には是非家計簿を記帳し、無駄を省き、節約ができ、少しでも預貯金ができるよう心がけて頂きたいものです。

解決のために第一歩を踏み出そう

救済のための法整備が進んでも『相談をしよう』と背中を押してくれる人が必要です。多重債務者本人は第一歩を踏み出せないために、ますます深みにはまってしまいます。「借金の問題は必ず解決できます」お近くの自治体、消費生活センターへ相談してください。そして一日も早く平穏な生活を取り戻しましょう。



◀(社)全国消費生活相談員協会
作成パンフレットより

▼同 事例集「こんな相談
ありました!! vol.8」より



連合会は今

全国すし商生活衛生同業組合連合会

東京都中央区築地5-2-1
中央卸売市場内
会長 山縣 正氏
専務理事 小形 昭彦氏
事務局長 若竹 敦史氏
職員数 5人
U R L <http://www.sushi-all-japan.or.jp>



山縣正会長

全国すし商生活衛生同業組合連合会（以下「全すし連」と表記）は、現在、42組合の組合員数約1万名で構成されている。組合員の中には、江戸時代から暖簾を守る老舗もあり、また大正時代からすし業の振興に努めている組合も存在する。

戦後、すしは「衛生上の問題」という理由でGHQに禁止されたが、当時の組合役員の尽力により復活させ、昭和27年、任意の連合会が発足。昭和30年に全国鮪組合連合会と改称した。その後、昭和36年、厚生省（現・厚生労働省）認可のもとに、全国すし商環境衛生同業組合連合会を創立。平成13年に環衛法が生衛法に改称されたことを受けて、現在の名称に変更された。

■様々な企画・支援策を通じて組合員をサポート

「全すし連」は、組合員の経営安定化を図るために、販売促進につながる様々な事業を積極的に展開している。約20年前にスタートした「すし券」事業は、累積発行額が約120億円に及ぶ大業となっている。また、11

月1日の全国統一「すしの日」は、毎年宣伝ポスターを作成して組合員に配布。全国的にも広く認知され、消費者にとっても人気イベントとして定着している。

さらに季節の歳事を捉えて「節分恵方巻」の販売も支援。「海苔で健康推進委員会」作成のポスターを組合員に配布するとともに、恵方巻のレシピやコピーして使用できる予約申込書などを提供。“専門店の恵方巻をギフトに”という方も多く、急速に拡大浸透している。

最近では、健康志向の高まりを受けて、「すしの栄養価」を分かりやすく表示したポスターとリーフレットを消費者向けに作成。低カロリーな健康食としてのすしをアピールしている。ほかにも、すしの雑学を満載したリーフレットも作成し、好評を得ている。

このような消費者向け施策のほか、経営支援や後継者育成事業も前向きに取り組んでいる。

個店にとってかなりの負担となるクレジットカードの販売手数料については、クレジットカード会社との団体交渉により、手数料率の大幅な引き下げ

を実現。組合員は一律、低い手数料で済むようなシステムを実現した。

このほか、経営アドバイスや講演会、本部より技術講師を派遣しての技術講習会を実施。その集大成として4年に1度、「全国すし技術コンクール大会」を開催。一般消費者の見学も受け付け、若い技術者にとっては腕を磨き、技能を披露する良い場となっている。また、毎年9月には青年の海外研修としてアメリカで現地を視察・交流する事業を展開している。

山縣会長は、「組合は利用するもの」と強調。「どうしたらお客様に愛されるか、どのようにしたら儲かるのか、組合はそのための情報を提供したり、ノウハウを教えています。組合員として様々なメリットをどんどん利用して欲しいですね」。そして「組合加入のメリットは、何よりも人と人とのつながり。生の声や生きた情報を得る情報交換に尽きます。このごろのマグロはこうだとか、こういうことをやったけど失敗したとか、生の声が非常に大事。組合なら事務局もお手伝いしてくれる。個人でいろいろやろうと思っても限界があります」と、組合加入のメリットを熱く語る。

■すし店に必要なものと魅力的な組合を模索して

近年すしは、理想的な健康食

“魅力ある組合”へ将来ビジョンを策定・推進



よりシックにデザインを一新した「すし券」

として、世界中でブームが起り、海外での消費量が増加している。日本国内においても、最も好きな食べ物として変わらぬ人気を誇り、消費量は落ちていない。

山縣会長は「すし人気が高いゆえに、メニューとして取り入れる居酒屋など、他業種の参入が増えています。そのため、すしそのものの消費量は落ちていませんが、これら大手の参入は、小さい店舗では太刀打ちできない。経営が脅かされている店舗も少なくありません」と語る。

このような背景も手伝い、「全すし連」では組合員加入者の減少が続き、厳しい状況にある。「ちょうど東京オリンピック前後に開業したすし店が、店主の高齢化にともない廃業する店が続いたことも大きく影響しています。バブル崩壊以降の不景気続きで経営が苦しい中では、後継者も自ずと途絶えてしまいます」と、山縣会長は話す。

そこで「全すし連」では、平成19年、「すし業将来ビジョン策定委員会」を設置して「すし

業将来ビジョン」を策定。様々な視点から組合加入のメリットを改めて見直し、魅力ある組合を目指している。

すでに平成19年度には、ホームページを活用した「すし新メニュー、新食材開発事業」を実施。インターネットを通じて一般消費者から「すし新メニュー」を公募し、上位受賞者にすし券を進呈。また受賞作品の冊子を作成して組合員に配布し、新鮮な発想の参考教材として生かしている。

「各組合員も刺身とすしだけでなく、気の利いたお料理をお出しするなど工夫を凝らしています。お誕生日には家紋を作ったり文字を書いたり、創作すしを取り入れているところもあります」と、山縣会長は新メニューの可能性について語る。

新規組合員獲得のため、ホームページを活用した勧誘推進や加入案内パンフレットの見直しなども図っている。

■将来ビジョン策定事業の実施・展開に期待を寄せて


今後は、「すし業将来ビジョン策定事業」の実施と拡大・強化を図っていききたいという。

「次代を担う後継者育成事業」では、すし業に憧れを抱かせる仕組み作りと魅力を感じる経営手法作りを推進。「全国すし技術コンクール大会」も「伝統すし、創作すし技能競技大会」への拡大を、好評を得た「新メニュー、新食材開発事業」もさらなる進展を検討している。

「すしの日」や恵方巻が定着した人気イベントは、「四季折々に応じたイベント開催事業」として、雛祭りなど季節ごとの歳事を意識した企画を展開するという。そのほか、「IT活性化事業」など、従来の固定観念に縛られず、時代に対応した魅力的な組合作りが、今まさに実施されようとしている。



「すしの栄養価」を分かりやすく表示したポスター



せいせい 掲示板

★ クリーンライフビジョン21展示会

「クリーンライフビジョン21 2008東京国際クリーニング総合展示会」が12月5日から3日間、東京ビッグサイト東1・2ホールで開催された。クリーンライフビジョン21展示会は「世界3大クリーニング展示会」の一つにあげられ、東京と大阪で毎年交互に開催されている。

展示会ではクリーニング機械メーカー、資

材メーカー、洗剤メーカーなどが開発した新製品が展示され、来場者た

ちは「人と地球にやさしいクリーニングを求めて」のテーマに沿った新製品を興味深そうに見入っていた。

展示会と同時に、サービスカアップ、需要拡大などの各種セミナーも開催された。

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

◆ 「バーチャル銭湯」を開設

住民の憩いとコミュニケーションの場所である銭湯を知ってもらおうと、神奈川県公衆浴場業生活衛生同業組合は、県内に約240か所ある銭湯の情報を掲載したサイト「Kanagawa Ofuroya Information (koi)」を開設した。

サイトでは銭湯ごとに住所や地図、営業時間のほか、建物外観、番台、脱衣場、浴槽の写真、サウナの有無などの施設概要を

掲載している。利用者はエリア別に検索したり、現在いる駅名などを入力して最寄りの銭湯を探することができる。

銭湯の内部を疑似体験できる「バーチャル（仮想）銭湯」も設け、銭湯初体験の人のために、例えば画面の浴槽にカーソルを当てると「質問→浴槽に入る時には何をやるの?」「答え→かけ湯をしてから入り、タオルはお湯につけないようにしましょう」といった問答が表示される。

アドレスは<http://k-o-i.jp/>

❖ 高齢者の免許自主返納者に 宿泊割引

鹿児島県警は高齢者の交通事故防止対策として、運転免許証を自主的に返納した65歳以上の高齢者が県内の旅館などに泊まる際、料金を1割引にする優遇制度を始めた。都道府県全域を対象としたこうした試みは全国初という。

この優遇制度発足に当たり、同県警は昨年12月16日、関係3団体（県ホテル旅館生活衛生同業組合、日本観光旅館連盟南九州

支部、国際観光旅館連盟鹿児島支部）と覚書を交わした。

高齢者が免許証の自主返納を証明する運転経歴証明書などを提示した場合、対象の宿泊施設で料金が1割引になり、同宿する家族や同伴者も同じサービスを受けることができる。

同県警はこれまで、高齢者向けの交通安全教室や、高齢者に免許自主返納を呼びかけてきたが、年間約400人程度であったことから、同制度が高齢者の事故防止に寄与することを期待している。

時 話 題

うるう秒調整、なぜ?

今年1月1日、通常の1日より1秒長くなった。世界標準時0時00分(日本時間午前9時00分)の1秒前に、日本標準時を管理する独立行政法人の情報通信研究機構(NICT)の手によって、3年ぶり、24回目となる「うるう(閏)秒」の1秒が挿入されたためだ。うるう年と違って決まった年に巡ってくることはなく、うるう秒は不定期に調整される。その原因は、地球の自転速度がふらついているためだ。

時刻はどのようにして決められているのか。かつては地球の自転による1日の長さを24時間とする「天文時」に基づいていた。しかし自転速度が一定でないため、厳密な基準とならない。そこで、1958年、時刻を高精度に刻む原子時計に基づく「原子時」が国際的に採用された。とは言え、原子時だけを基準にすると天文時との間にず

れが積み重なるため、そのずれを解消す

るために採用されたのが「うるう秒」。原子時と天文時との間で0・9秒以上ずれないよう、1970年代には毎年のように挿入されていたが、近年はその頻度が下がり、過去10年では99年と06年の2回だけ。

地球の自転ふらつきのため

1月1日に1秒挿入

つきはどうして起こるのだろうか。それは、潮汐力ちうせきりきが主な原因だ。月と太陽の引力により潮の干満が起きると海水と海底の間に摩擦が生じ、それがブレーキとして働くのだ。

季節風や海流の向きや速さが大きく変わると、陸地や海底より下の「個体地球」の回転に影響を及ぼす。例えて言う、スケートのフィギュア選手が腕を縮めるとスピンの回転が早まる。これは「角運動量の保存」という物理法則

による。

地球の自転周期にはかなりムラがあるものの、次第に遅くなる傾向にある。1627〜1976年の月の位置観測のデータから100年間で1日の地球の自転周期が0・002秒長くなってきている。「たったそれ

うるう秒の挿入

2009年1月1日8時59分59秒
2009年1月1日8時59分60秒
2009年1月1日9時00分00秒

NICTのホームページから

ことになる。

原子時の正確さは結構なことで、地球の自転とは無関係なため、原子時を無調整のまま日常生活で使っていると、やがてとんでもない時刻に太陽が昇ったり…ということになりかねない。そこで採用されたのがうるう秒による調整、というわけだ。

時刻は、情報通信社会の現在では時を知るために使われているだけでなく、社会・経済活動の重要な基盤となっている情報通信ネットワークやコンピュータなどで使われている。例えば、ネットワークの運用は正確な時刻管理があつてはじめて可能であり、電話の課金料金も何分何秒という単位で決められている。こうした情報通信ネットワークやコンピュータを間違えずに運用するために「不定期ながら、うるう秒調整は不可欠なのです」と情報通信研究機構では話している。

再考 和のこころ

世相ウォッチャー 更科 ケイ

江戸人に学べ

人づき合いのコツ

親しき仲にも礼儀あり

江戸の町では、「人間」を「じんかん」と読ませていたらしい。人にはよい間合いが必要である、ということからそう読ませていたようだ。知らない人とも上手につき合うためには、お互いが対等に向き合い、お互い様の精神をもつことを、江戸の人たちは基本にしていたのだろう。

隣との間合いがとれない満員電車の中では、対等なつき合いも生まれず、ましてやお互い様という気持ちも失せてしまう。お互いが言葉を交わせる間合いは最低限必要だろうが、現代社会では無理である。では、現代社会に生きる

人間には、「じんかん」の考

え方は通じないのだろうか。いや、通

じるはずである。

例えば、夫婦や親子、職場の人間関係などだ。「親しき仲にも礼儀あり」の諺ことわざもあるように、プライドを尊重して間合いを保ちながらのつき合いが必要である。その間合いが近すぎれば一方通行になり、遠すぎれば声も届かず、どちらもコミュニケーションが成り立たない。

デパートで服を選んでいくと、しつこく声をかけてくる店員に出くわすことがある。そんな経験をした人は多いのではないだろうか。腹の中ではむかつきながらも、平静を装いつつ、「また来ます」と言って去る。

不得手ふて補い合う気配りを

江戸の結婚事情は、見合みあひい結婚よりも恋愛結婚が多かったらしい。男は男らしさを、女は女らしさを競い、お互いの素養を認め、助け合って生活していたという。

だからか、旅籠や料亭では女将が仕切るのが当たり前のように考えられていた。女性のマネジメント能力が評価されていたようだ。「男女雇用機会均等法」という無粋な法律など必要なく、「らしさ」を尊重した適材適所ができていた。

町内で寄り合いがある、集まる家の玄関先に女性は上がりかまちから近いところに履物をぬぎ、男性は遠いところにぬいだ

という。男性は足を広げてまたげるが、女性に同じようなことをさせたくないという配慮らしい。洋服の生活になつたいまでは、そんな気遣いは無用だろうが、男女共にお互いの不得手を補い合う気配りをもちたいものだ。

「じんかん」の社会には、相手を思いやるゆとりがあったようだ。法律で規制しなければ、虐げられる人が生まれる社会は稚拙すぎる。



海外へ行く際に、空港で飛行機に預ける荷物が重量オーバーして私はドキッとさせられたことが何度かある。しかし、これまで幸い追加料金を支払ったことはない。大抵は荷物の一部を機内持ち込みの手荷物にして対応する。しかし、そももいかなないことが起きてしまった。

先月大き目のスーツケースを持って海外出張に出かけた。そして出張先でうっかり気まで大きくなってしまい、荷物を増やしてしまった。私の欲深さを象徴するかのように、帰りの便では持ち物は増えるのだ。エコノミークラスの制限は20キロ。でも帰国便のチェックイン時に私の荷物は30キロ以上あり、しっかりと追加料金を請求されてしまった！

だが、考えて見るとチェックインの列でさっきまで私の前に並んでいた外国人乗客は

体格のいい男性だった。身長190センチくらいで、したがって体重はそれなりにあるはず。それに対し私は身長150センチ、体重42キロだ。同じ飛行機に搭乗する乗客として、私の荷物がたとえ10キロオーバーしても体重で相殺で

働く女性のこだわり日記



きる重さではないだろうか？

一応カウンターでこの説明をし、交渉を試みた。

「同じ飛行機に乗るのに、あの男性と私の体重を考えると不公平です」

自分の体重を証明するため、私は荷物の計量器に乗っ

荷物の重量オーバーで決死の交渉



成田空港のチェックイン・カウンター
(本文と写真は関係ありません)

ウンターで主張し続けた。担当の職員はあきれた様子で相変わらず首を横に振る。「そうはいきません。そういう仕組みではないのです」。

それでも私は諦めきれず、「I don't understand.」と喰い下がった。

てみたところ、確かに42キロと表示された。しかし、航空会社の職員は首を横に振る。仕方がないので、近くにまだ立っていたその体格のいい男性に向かって、「Excuse me, Sir」と話しかけ、事情を説明し、私がそうしたように荷物の計量器に乗ってもらった。するとなんと彼の体重は86キロもあるではないか！

「これではあまりに不公平です。同じ飛行機に乗る乗客です。なぜ私だけがお金を払うのでしょうか？」と私は力

が続いた後、とうとうその担当者、「分かりました。このようなことは二度としないと約束して下さい」とだけ言い、無事チェックインは終了。私だつて二度とこんな決死の交渉はしたくない。今回は私の考えに納得してもらったことと、支払わなくて済んだ良かったが、今後はこのようなことがないように小さ目のスーツケースにしようと決心した。

(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

H21.1.1 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、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

1月号 平成21年1月発行 通巻383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。