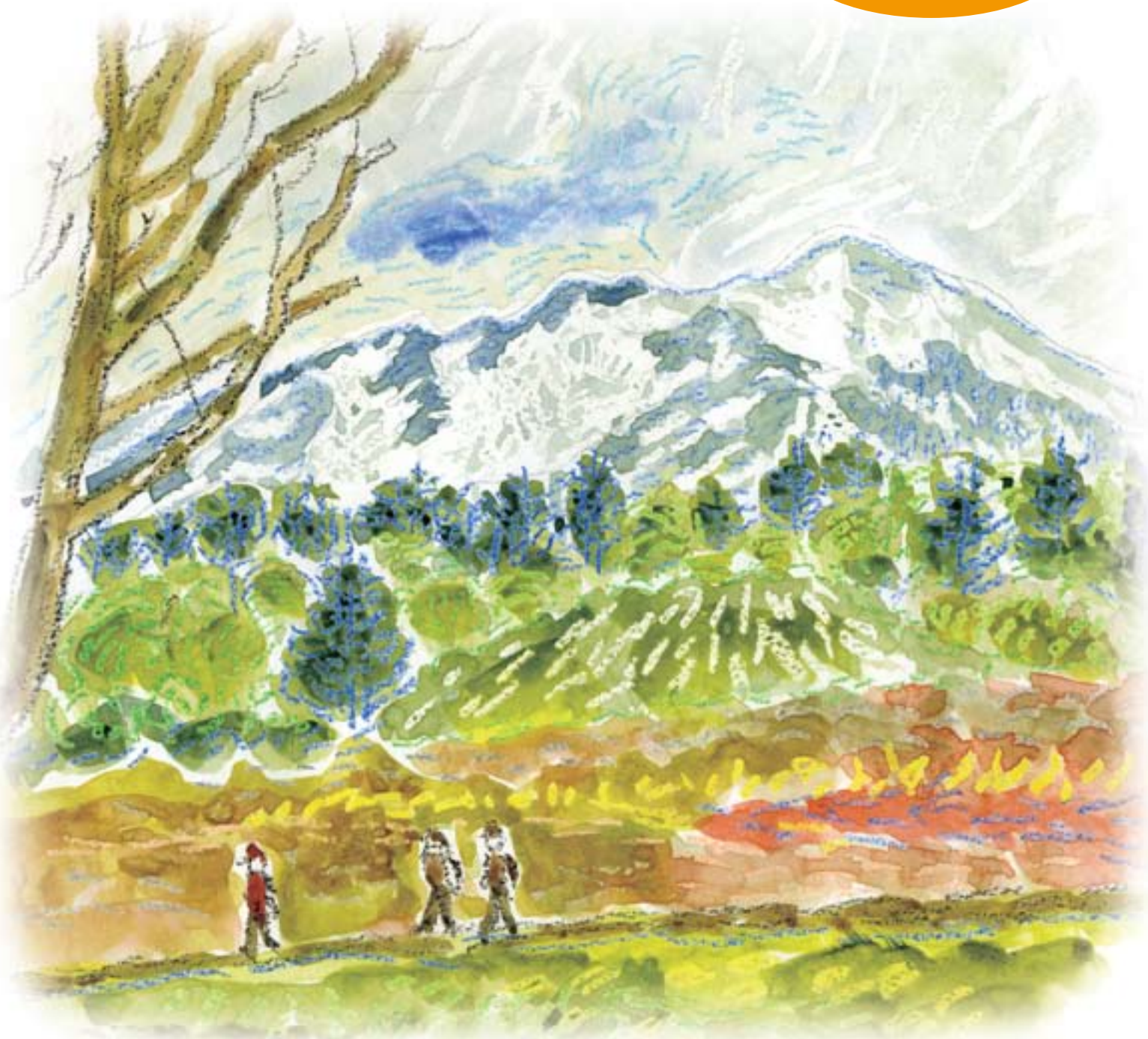


# 生衛ジャーナル

「広げよう

元気の輪、地域の輪」

2009 3



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     |
| <b>特集 イベント集客</b>   |       |
| 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 |
| 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・全鳥連編 .....   | 18～19 |
| せいえい掲示板 .....      | 20    |
| 時の話題「ソメイヨシノ」 ..... | 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    |



尾瀬  
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



# ふろんていあ

「昭和浴場」経営

(東京都中野区中央5-21-12)

たじま すみひろ  
田島 純浩

普通だったら「いらっしゃいませ!」。しかし、私は「お好きなカードは何ですか?」とお客様に声をかけます。

何故? 答えは簡単。「昭和浴場」を営んでいる私がマジシャンだからです。風呂上りの休憩所で、時には番台に座りながらお客様の望みに応じてマジックを披露します。

マジックにはまったのは、かれこれ30年以上も前、高校2年のころです。人を笑わせたり喜ばせたりするのが大好きで、趣味として始めました。だから、すべてまったくの独学です。

家業を手伝いながら老人ホームや身体障害者施設を訪問してショーを開くうちに、口コミで広がり、結婚式やパーティーなどに出張するようになりました。そのうち引っ張りだこになり、銭湯でもマジックを頼まれ、少しずつ披露するようになっていきました。

本格的に「銭湯マジック」を始めたのは7年ほど前、三代目として父から銭湯経営を引き継いだ時です。その時から、私にとってマジックは趣味ではなく、必死の企業努力の一環となりました。お客様はひどく減り続け、以前は東京だけで3,000軒もあったお風呂屋さんも、もう800軒足らず。何らかの対策を打たなければ、お客様の減少を止められないことに気付いていました。

「寝風呂」など6種類の風呂、コインランドリーの洗剤サービス、毎週月曜はプレゼント大会、サウナ料金は破格の100円、しかも次回



脱衣場でお客様にマジックを披露する筆者(左)

無料券プレゼント…いろいろ知恵を絞りましたが、アイデアにも資金にも限界があります。

思い悩んだ末、開き直すことにしました。マジックを見せよう。「銭湯マジック」と名乗り、煙突にも200万円かけて「マジック温泉」と書きました。年間500ステージをこなす中で、身につけた技3,000種類のレパートリーを銭湯という舞台に注ぎ込みました。

以来、1日5回ほど銭湯でマジックを披露しています。外でのショーの出演の合間に戻ってきては、お風呂上りのリクエストに応える毎日。週末や連休には名古屋や大阪、北海道からもお客様が来てくれます。話は海外にも広まり、中国からのツアーの見学場所にもなっています。ロシア、台湾、韓国、オーストラリアなどでも特番が生まれ、アメリカのニューズウィークにも特集され、最近では全体の1~2割がマジック目当てのお客様です。

これだけマジックにのめりこむと、マジシャンが本業のように思われるかもしれませんが、私にとってのマジックはあくまでも社交場としての銭湯を再生する手段です。

今では家に風呂がないから銭湯を利用するという人がどんどん減っています。単に体をきれいにするだけのサービスだけではお客様を呼び込めないご時世になってきました。少しずつ人の集う場所としての存在感を取り戻したいと思っています。

さあ今日もがんばるぞ!!

## マジック銭湯繁盛の夕ネ

## 店内スペースを有効活用

## 既存客層とは異なる顧客を開拓

## 来店者増は本業の売り上げ増に直結

日本大学経済学部講師 池田 光男

生衛業の各業種とも自分の店舗なり施設で座して客を待つ「客待ち型」業種であるから、来店者数次第で業績が大きく左右されてしまう。それだけに、集客の手段をいかに講じるかが極めて重要である。その手段の一つが今号の特集のテーマである「イベント集客」である。

生衛業のイベント集客の目的は、日常業務において新規顧客を開拓し、固定客化を図る反復活動で、次第に顧客数を増加させていくことである。しかし、イベントは主役の本業発展の脇役的な役割に過ぎない。

「ギャラリー喫茶 竹の子」のイベントは資産活用型である。所有する30㎡の板の間と60㎡の別棟ホールを用いて、定例的、非定期的に多種多彩なイベントに場所を提供し、来店者を本業に結び付けている。

「ツーリズムの宿 岩槻屋」は、住民の知恵集約型イベントの展開である。住民有志の出資による会社が再生した庄屋屋敷がイベント開催の中心となり、農業体験などさまざまなツアーイベントを開催し、観光客誘致に積極的に取り組んでいる。

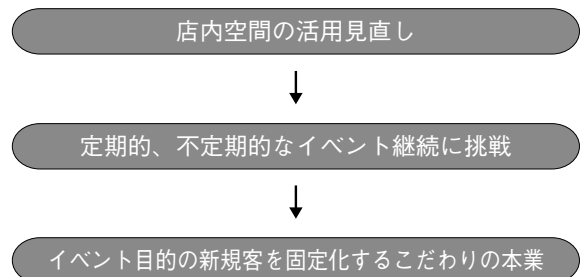
「料理茶屋 <sup>はなみつ</sup> 花光」では、クラシックトランペット奏者の息子さんの提案で始めた定期的なコンサートが、息子さんのツテで一流の音楽家を招くまでに成長している。コンサート会場は自前のダンスホールを活用しているので、人的ネットワークと資産活用の混合型イベントである。

3事例とも、本業の既存客層とは異なる顧客を開拓しており、本業の業績向上に寄与し、また地域活性化、地域文化の向上に貢献している。

上記の事例では、いずれもイベントに向けた資産を活用しているが、多くの生衛業では店舗・施設に空間がある。身近な店舗等を見ても、規模の大小を問わず自前のイベントなり、第三者への催し物に店内、壁面などの空間を利用しているケースは少ない。

近年はカルチャーセンターや趣味のサークル活動が盛んになっている。デジカメ全盛時代を反映した写真撮影や親父バンドの増加が目立つ。しかし、手っ取り早く成果を発表する場所が少ないのが難点である。ここに生衛業の出番がある。空間を提供することで出展者の親戚、友人、知人、かつての同僚が来店し、売り上げ増に一役買ってくれる。まちの賑わいにも貢献する。

店舗、施設内をイベント場所として活用することは、経営上の最大の問題点である来店者減少への対応策の一つとなる。



## ギャラリー喫茶 竹の子

住所：福岡県遠賀郡水巻町頃末北1-16-8

代表者：武谷 繁三さん 電話：093・201・3115



# イベント2会場を地域開放

外食産業の売上げの約半分を占める飲食店。市場規模は年間12兆円を超えるが、こと個人経営店の経営環境はチェーン店の攻勢やお客様の店選びの多様化で厳しさを増す一方だ。味と値段が勝負とはいえ、何らかのプラス・アルファの魅力づくりがなければ競争に勝ち抜けない。福岡県遠賀郡水巻町で開業する「ギャラリー喫茶 竹の子」(店主・武谷繁三さん)は自然食材の食事提供とイベント会場のレンタルを営業の両輪にしてお客様を惹きつけている店である。

水巻町は福岡県の北部に位置し、東の北九州市と西の遠賀川の下流に挟まれた人口約3万人の町。現在は北九州市のベッドタウンだが、弥生時代前期からの土器などが出土した立屋敷遺跡は日本の稲作文化発祥の地として知られる。

「竹の子」はJR鹿児島本線水巻駅を降り、北側を走る国道3号を渡って100m余りの住宅地にある。通りに面した広い駐車スペース。三角屋根と白壁のスマートな店舗だ。

店内は、ドアを入るとすぐ7席のカウンター席、そこから左奥に進んで南面の明るいスペースが22席の客室という間取りになっていた。

「竹の子」が掲げる2枚看板は、自家製の調味料や産地直送の食材を使った安全な食事の



ギャラリー喫茶 竹の子





カウンター内の店主・武谷繁三さんと妻の多美子さん

提供と地域イベントへの会場提供である。このうちイベント会場は、何とギャラリー会場とホールの2つがある。

ギャラリーは2階の約30㎡の板の間。普段は経営者の武谷繁三さんが蒐集した美術工芸品を常設展示し、パーティーや個展、茶道教室などの利用申し込みがあれば開放するスペースだ。

展示品には青竹細工の達人・桐山浩実氏、繊細優美な作風で知られる陶芸家・吉武和美氏ら九州を拠点に活動する著名な作家の作品や書画類が展示されていた。コーヒーを飲みに来たお客様が自由に鑑賞できるという趣向。

これまでの「竹の子」のイベントのうち、とりわけ話題を呼んできたのが平成5年から続く古今亭菊千代さんの「竹の子寄席」。女流落語家真打第1号で、手話落語や海外公演などユニークな活動を展開中だ。マイクなしで聞ける魅力が大人気で、3月の公演で36回を数えた。

この公演は北九州市の小学校教師と市立児童文化科学館長を勤め、後に軽ワゴン車で全国を巡回して童話読み聞かせ・紙芝居・手品などで子どもたちを楽しませている「くまごろうさん」(本名・本村義雄さん)の声かけで始まった。開催日には本村



古今亭菊千代さん(写真)が来演する名物「竹の子寄席」

さんが司会役に駆けつける。

もう一つのイベント会場は武谷さんが稲家いなやと呼ぶ約60㎡の別棟ホールで、10年前に建てた。

武谷さんによれば、稲家とは昔の農家で稲わらを打った場所。「最近見られなくなった農家の原風景のような建物を残したかった」という。軒下には旧若松市の「農専・荷積牛馬車」の鑑札付き台車も置いた。とはいえ、内部はフローリング床と土壁の内装に、ピアノ、音響設備、大型空調機も備ったホール。九州交響楽団のカルテットが来た時は約100人を超す若者で埋まった。

現在の定例イベントとしては火曜日の少人数の詩吟、金曜日の書道教室、土曜日の占いなどがあり、春と秋が定番の落語寄席。目下、中国語勉強会の計画の打診も来ている。これに対し不定期イベントは地域のサークル活動、コンサート、公民館行事の後の昼食会などが随時舞い込み、3月にはギター演奏のライブが開かれた。

イベントがあれば、コーヒーや時には弁当の注文があり、店の売り上げは増える。ただし武谷さん自身、「皆さんが思い思いに利用して楽しんでいただければいい」と、イベントを積極的に集客に結び付ける考えはないようだ。理由は「店がPRすれば、お客様に無理強





稲家と名づけられた100人収用できる  
イベントホール



2つのイベント会場の1つ、  
ギャラリー会場

た妻の多美子さんが引き受けている。

ちなみにメニューは、日替わり定食(750円)、サラダ付き焼きめし(550円)、おはぎ付き五色うどん(750円)など食事7種類とコーヒー8種類。ほ

いになるからです」。

会場レンタル料も稲家が1日1万円、ギャラリー会場は3,000円と安い。お客様は主催者側のメールやチラシを見て集まる。

一方、店のもう一つの柱、自然食材の食事提供は平成2年の開店以来の基本方針になっている。それ以前の武谷さんは実兄が継いだ家業のモヤシ、コンニャク、豆腐製造の卸販売部門を受け持っていたが、飲食店回りをしながら食生活や食材の安全性を考え続け、特に偏食のひどかった長女が急性腎炎で7か月入院したことをきっかけに飲食業に転身した。

「竹の子」の自然食料理は徹底している。味噌、漬物、梅干し、コンニャクはすべて自家製。毎年、味噌は800kg、梅干しは400kgも作るというから半端でない。その他の食材も玄米は契約農家から、自然塩や野菜、海産物、コーヒー豆も知り合いの生産者・製造元から取り寄せる。



自然食材が中心の「総天然色・竹の子定食」。ご飯は小豆入り玄米ご飯

そしてこれらの食材を使ったメニューは開店以来不動で、調理は玄米食などの自然食を研究してき

かにケーキ、ティー、ジュースなどのドリンクが数種類。「総天然色」と銘打つ竹の子定食(1,200円)では赤飯のような小豆入り玄米食を出す。

自家製梅干し、きゃらぶきをはじめ、店で仕入れる海産物類も店内で販売、こちらが目当ての来店者も多い。

「竹の子」開業の際は先進的な設計者の提案を入れ、A(アグリカルチャー)、B(ビューティー)からH(ヘルス)までのコンセプトを設定。車いすのまま着席できるテーブルも導入した。バリアフリー新法の前身のハートビル法制定より4年前のことで、新しい店づくりをする同業者たちに注目され、アドバイスもしてきた。

最近の武谷さんには、地域グループや学校、行政から味噌作り講習、食の安全や食育に関する講演依頼なども来るようになった。

これに対して店主導のイベントには消極的だった武谷さんだが、今年は開店20周年に当たり、味噌作りや梅干しの漬け方などの食材作りの勉強会や、竹細工など子どもの遊び場づくりなら…と心が動いているようだ。

フル回転していないぜいたくなイベントスペースがある。「何か考えてみるかな」とつぶやく武谷さんの、次のアクションに注目したい。

# 体験ツアーで地域賑わう



江戸時代に建てられた古民家を改装した「若槻屋」

1000年以上の長い歴史を持つ古代製鉄法「たたら製鉄」。その中心地として栄えた島根県雲南市吉田町は、「鉄の歴史村」と銘うってその歴史と文化の保存を進めている町である。江戸時代に栄えた鉄山師の街並みが残る「本町通り」に「ツーリズムの宿 若槻屋」がある。ここは地域おこしの拠点として作られた施設で、地域の企業や住民グループとタイアップし、さまざまなイベントを開催し、地域へ観光客を呼び込む取り組みを行っている。

「若槻屋」オープンきっかけとなったのは、平成16年の市町村合併である。当時の旧吉田村では、合併に伴う地域空洞化などを懸念する声が多く聞かれた。そこで、新しい産業と雇用の場を創出しようと、住民の出資で設立されたのが「株式会社 鉄の歴史村」（藤原祐介代表取締役社長）である。

そして、本町通り沿いで空き家になっていた庄屋屋敷を有効活用しようと、建物を再生し「ツーリズムの宿 若槻屋」をオープンさせた。江戸時代に建てられた建物は、失われつつある古き良き日本の趣にあふれ、故郷に帰って

きたような安らぎを感じさせてくれる宿である。また若槻屋の1階には、宿泊客以外でも利用できる「山里かふえ はしまん」があり、旬の食材を活かした「山里弁当」などの料理を提供している。

この宿の一番の特徴は、「ツーリズムの宿」として農業体験などのさまざまなツアーイベントを開催し、集客と地域の賑わい創出に取り組んでいることである。

広報担当の高木朋美さんに話を聞いた。

「吉田町では、町内の団体や企業で『鉄の歴史村交流推進会議』という組織を作っています。私たちもそのメンバーです。町の特徴を生かしたイベントを開催し、定期的に観光客の呼び込みや、地域からの情報発信を行っています」

いくつかの事例を紹介しよう。

昨年3月、「本町通り」に「鉄の歴史美術館 ひがお」がオープンした。それに合わせて「鉄の歴史村交流推進会議」が主体となり、オープニングイベントが開催された。「若槻屋」前では地元幼稚園の園児による「火炎太鼓」を上演。また、山陰で活躍するゴスペルグルー



「若槻屋」のスタッフの皆さん（中央が藤原祐介社長）





地元の幼稚園児による火炎太鼓

ブを招きコンサートを開催した。コンサートには地元住民や観光客など30人余りが、美しい歌声を楽しんだ。

そのほかにも、周辺の自然を散策する「たたら秘境・龍宮線ウォーキング」や、地元の職人たちが協力して手づくり菓子の体験を行う「匠フェア」を開催するなど、地域の人たちが一つになって美術館のオープニングを盛り上げた。

吉田町の大自然を体験してもらうイベントとしては、農業体験がある。昨年10月には、農業と地域の秋まつりを楽しむ「交流体験ツアー」を開催。農園ではピーマンの収穫を行ったり、地域独特の祭り行列「はやしこ」を見学したりと、地域色満載のイベントとなった。

食事は「山里かふえ はしまん」の「山里弁当」や、そばをしゃぶしゃぶ風に味わう「魯山人鍋」などを提供して、地元の食材も楽しんでもらえるように手配した。

さらに、若槻屋が主催するコンサートもある。「本町音楽祭」と題した鳥取大学合唱部によるコンサートである。

「鳥取大学合唱部の皆さんが、毎年『若槻屋』で夏合宿を行なうのですが、合宿の最後にコンサートを開催し、合宿の成果を披露してもらっています。交流会も合わせて行うので、

歌あり、おいしい料理あり、楽しい会話ありと、大変好評です」と高木さんは言う。

「株式会社 鉄の歴史村」では現在、旅館やカフェのほかにも、地元の野菜や果物を使ったドレッシングやコンフィチュール製造も手掛けるほか、U・Iターン者への支援も積極的に行うなど、事業の幅も拡大している。

「吉田町には雄大な自然と、多くの歴史・文化が残っていますから、もっと多くの人たちにこの魅力に触れてもらいたいですね。一人でも多くの方に吉田町を知っていただき、ぜひ訪れていただきたいと思っています。昨年はメインストリートである『本町通り』の整備も完成しましたので、今年はこの通りに賑わいを取り戻すためのイベントを、町や地域の皆さんと協力して開いていきたい」と高木さんは町おこしへの抱負を語ってくれた。

地域のみんで力を合わせた取り組みは、今後ますます広がって行きそうである。



「交流体験ツアー」で「山里弁当」を味わう参加者

# 会席とコンサート鑑賞



「料理茶屋 花光」の入り口

月2回、店内で4年間もコンサートを開き続けている割烹料理店が千葉市内にある。長続きしている理由は、もちろん熱心なファンに支えられているからだが、クラシック・トランペットで音楽活動を続けている経営者のご子息が知り合いの音楽家をお願いして出演を依頼しているからでもある。ある日の「ランチタイム コンサート」に参加してみた。

コンサートを開いているのは、「料理茶屋 花光」。JR総武線の新検見川駅からバスで10分の、商店街と住宅が混在する地域にある。割烹料理店として創業してすでに37年。当時、周辺は山林と畑が続く、のどかな田園だった。

店のオーナーである「(有) 花光」の代表取締役、酒井光男さんは花見川駅前でスナックを経営していたが、「花光」がある現在の地点に立って「こんな静かなところで、小鳥のさえずりを耳にしながら、うまい酒とうまい料理を楽しんでもらえたら、最高のおもてなしができる」と、割烹料理店経営への転身を決意したという。

店が定期開催しているコンサートは「ランチタイム コンサート」と「ティータイム コンサート」の2種で、いずれも月1回、予約を取って開催している。「ランチタイム コンサート」は会費2,500円（中学生以下は半額）で、幕の内やちらしなどのランチが付く。「ティータイム コンサート」は会費1,800円（中学生以下、同）で、こちらはお菓子と紅茶かコーヒーが付く。

同店はカラオケとダンスホールも経営していることから、コンサートの会場はダンスホールで行われる。ホールはコンクリートブロックでできており、しかもフローリングの下にはゴムが敷き詰められている。踊り手の足に負担がかからないようとの配慮からで、「結果的に音響効果にすぐれており、音楽家のみなさんから好評を得ています」と酒井さん。

4年前、コンサートを開くきっかけとなったのが、酒井さんのご子息、清志さんのアドバイス。尚美学園でクラシック・トランペットを学び、現在は企画担当として家業を手伝いながら、他の音楽家たちとアンサンブルを組んで音楽活動を続けている関係から、「知り合いの音楽家を店に招いてコンサートを開いてはどうだろうか。もちろん、店が提供する旬の懐石料理つきで…。酒井さんはその提案をすぐに実践に移した。

最初のころは、新人音楽家に発



「(有)花光」代表取締役の酒井さん



▲コンサート前に食事を摂る参加者たち



この日のメニューは▶  
あなご丼

表の場を提供する意味合いが濃かったが、現在では常時50~60人の常連客が集まり、“耳が肥えている”お客様が多くなったせいで、有名な音楽家が出演するようになった。

この日の「ランチタイム コンサート」は正午から。30分前から予約客が三々五々集まり始め、正午には46人のお客様が大ホールに集まり、用意されたこの日のランチである、あなご丼、煮物、味噌汁に箸をつける。常連客も多く、和やかな会話がそここで弾む。

コンサートに参加した千葉市美浜区稲毛海岸のマンション自治会の役員をしているという男性（70歳）は「隠れ家的な店の雰囲気がいい。友人に誘われたコンサートがきっかけで、週に1回、ここでお昼に850円の弁当を食べ、カラオケを楽しんで帰るのが日課。おかげで知り合いが多くなった」と話す。割烹料理、カラオケ、ダンス、コンサートのファンが誘い、誘われ、いつしか他の“ジャンル”にも

参加するようになり、リピーター客として定着する構図がしっかり構築されているのだ。

30分後、いよいよ会場をダンスホールに移し、「ランチタイム コンサート」がスタート。出演者は、テノール歌手・真野郁夫さん、ピアノ演奏の片岡和子さんと太刀川琴絵さん、それにトランペットの酒井清志さん。出演者の横顔を簡単に紹介すると、武蔵野音大卒でイタリア音楽コンクール入選、小澤征爾、ジョン・ミュンフンなどと共演する真野さん。武蔵野音楽大学卒、多くの演奏家と共演する片岡さん。桐朋学園大卒、フランスとカナダで研鑽を積み、多くの受賞歴を持つ太刀川さん。

真野さんの朗々としたカンツォーネ、ピアノの片岡さんと真野さんの合奏とソロ、太刀川さんのソロと酒井清志さんとの合奏…コンサートは1時間30分以上におよび、真野さんの「グラナダ」に観客からアンコールの拍手が鳴りやまない。アンコールに応じて真野さんが「オー・ソレ・ミオ」「カタリカタリ」の2曲を絶唱。最後に出演者4人と参加者全員で童謡「たき火」を合唱して午後2時過ぎ、次の「ランチタイム コンサート」での再会を約束し合ってお開きとなった。



コンサートの最後に出演者と参加者全員で「たき火」を合唱（舞台右端はトランペットの酒井清志さん）



# 特相員だより



## 「高松まちなか おもてなし加盟店」始動

香川県社交飲食業生活衛生同業組合・経営特別相談員  
北島 茂俊

私は、高松市の繁華街で飲食店5店舗を経営しています。従業員は約60名。その中から店を任せられるスタッフも育ててきたので、組合の副理事長（専務理事を兼務）として事務的な仕事のお手伝いをさせてもらっています。

特相員になったのは約30年前。当時の理事長から頼まれたのがきっかけでした。厳格な審査を行い、間違いのない融資が実施されるように気を配っています。いわゆる事故率が非常に低いのが、その成果ではないでしょうか。

特相員としてのやりがいは、やはり融資が決まった方が喜ぶ姿を見られることです。店舗開店の苦労は私も経験しているので、自分のことのようにうれしくなります。厳しく審査しているということもあり、実際に融資が決まるのは年に1～2件程度。しかし、長年の経験や人脈を生かし、融資以外にも相談に来た方の力になれるようにア

ドバイスしています。

組合全体の課題は、繁華街の活性化です。どの地方都市でも同じような状況だとは思いますが、高松でも大規模店舗出店による人の郊外への流出が顕著。組合に参加している各店舗でも企業努力をされていますが、それだけでは効果が出にくいのが現状です。こういう時こそ、大きな枠組みで行動すべきだと感じています。

そこで、私たちの組合では、他の6団体と協調して「高松まちなか おもてなし加盟店」という運動を2月から開始しました。これは業種を超えた「おもてなし参加店」を定め、安心して利用できる店として観光客等に告知するというものです。ガイドブック等を作成し、旅館やホテルで配布してもらうことが決定しています。

今後も「人が行きたくなる街づくり」を目指して努力したいと思います。

生活衛生関係営業（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

| ご融資の種類 | お使いみち | ご融資の限度額                 |
|--------|-------|-------------------------|
| 一般貸付   | 設備資金  | 7,200万円～4億円（業種により異なります） |

【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皆さまへ】

| ご融資の種類                                | お使いみち | ご融資の限度額  |
|---------------------------------------|-------|--|
| 振興事業貸付                                | 設備資金  | 1億5,000万円～7億2,000万円（業種により異なります）                  |
|                                       | 運転資金  | 5,700万円  |
| 生活衛生セーフティネット貸付<br>（経営環境変化資金・金融環境変化資金） | 運転資金  | 経営環境変化資金：振興運転資金とは別に5,700万円<br>金融環境変化資金：別枠4,000万円 |

\*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）もお取扱しています。\*



くわしくは、日本政策金融公庫各支店（国民生活事業）までお気軽にお問合せください。（<http://www.jfc.go.jp/>）



日本政策金融公庫  
国民生活事業

## 日本政策金融公庫が予算説明会開催

日本政策金融公庫は2月10日、東京・新橋の全国生衛会館で平成21年度の生活衛生資金貸付に関する予算案などの説明会を開いた。

説明会ではまず、厚生労働省健康局生活衛生課の小山恵一指導係長が生活衛生関係営業対策予算（案）について説明した。

予算額は総額10億1,400万円、うち全国生活衛生指導センターへの補助として生活衛生振興事業助成費2億3,000万円。さらに京都議定書を踏まえ、生活衛生関係営業における温室効果ガスの排出削減推進のため、代表店舗のモニタリングを実施し、業種ごとの省エネルギー推進のためのガイドラインを作成する「省エネルギー実施促進事業」として新規予算1,100万円が盛り込まれた。

都道府県生活衛生営業指導センターへの補助は、相談指導事業費などを含め5億7,800円。

次いで同公庫国民生活事業本部生活衛生融資

部の依田晶男部長が平成21年度の同公庫予算（案）について説明した。それによると、生活衛生資金の貸付規模は前年度と同額の1,750億円（うち生活衛生改善貸付は150億円）。

また、貸付制度の主な改善は以下の2点。

(1) 振興事業貸付制度の改善として、事業計画書を策定し、生活衛生同業組合の検証を受けた者に対する設備資金及び運転資金の利率を引き下げる。

- ・設備資金：特別利率③→振興設備利率（仮称）

- ・運転資金：基準利率→特別利率①（標準営業約款登録営業者は特別利率①→特別利率②）

(2) 省エネルギー設備の対象品目に「太陽光発電設備」「風力発電設備」を追加し、それに係る貸付利率を特別利率③に引き下げる。

### 各業種全国連合会の全国大会・総会開催予定表

平成21年度

| 業種          | 開催日       | 開催地     | 会場                | 大会・総会等の名称                          |
|-------------|-----------|---------|-------------------|------------------------------------|
| 食鳥肉         | 5月20日（水）  | 福岡市     | ホテル日航福岡           | 第38回全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会 福岡全国大会     |
| 興行          | 5月21日（木）  | 宮城県松島町  | 松島一の坊             | 平成21年度全興連通常総会 東北大会                 |
| クリーニング      | 5月29日（金）  | 東京都千代田区 | ホテルニューオータニ        | 全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 第51回通常総会       |
| 麺類          | 6月3日（水）   | 宮崎市     | フェニックス・シーガイア・リゾート | 第75回全国麺類飲食業者宮崎大会                   |
| 氷雪          | 6月4日（木）   | 熱海市     | 古屋                | 平成20年度通常総会                         |
| 飲食          | 6月10日（水）  | 静岡市     | 静岡県コンベンションアーツセンター | 第47回全飲連 全国静岡県大会                    |
| 浴場          | 6月15日（月）  | 札幌市     | 京王プラザホテル札幌        | 第51回全国公衆浴場業者 北海道大会                 |
| 旅館          | 6月16日（火）  | 別府市     | ビーコンプラザ           | 第87回全旅連 全国大会                       |
| 喫茶          | 6月18日（木）  | 別府市     | ビーコンプラザ           | 第54回全喫飲連全国大会・大分大会                  |
| 食肉          | 6月24日（水）  | 札幌市     | 札幌パークホテル          | 第50回通常総会・北海道大会                     |
| 料理          | 10月5日（月）  | 横浜市     | パシフィコ横浜会議場        | 第97回全国料理業 神奈川大会                    |
| すし          | 10月6日（火）  | 山梨県中巨摩郡 | アピオ甲府             | 第52回全国すし連 山梨大会                     |
| 理容          | 10月18日（日） | 京都市     | 未定                | 第149回臨時総会、第61回全国理容競技大会（19日：みやこめっせ） |
| 美容          | 10月20日（火） | 金沢市     | いしかわ総合スポーツセンター    | 第37回全日本美容技術選手権大会                   |
| 中華          | 10月20日（火） | 大阪市     | 中之島中央公会堂          | 第42回全国中華料理業 大阪大会                   |
| 社交          | 10月28日（水） | 浦添市     | 国立劇場おきなわ          | 全国社交飲食業代表者 沖縄大会                    |
| 厚労省・全国生衛中央会 | 10月26日（月） | 東京      | ホテルニューオータニ        | 生活衛生功労者表彰式（厚生労働大臣・中央会理事長表彰式）       |

注：全国連合会の大会・総会の開催日は、厚生労働省健康局長表彰式典を挙げる日

# 理容業、美容業、クリーニング業、興行場営業及び飲食店営業（すし店）の 振興指針の概要について

今般、理容業、美容業、クリーニング業、興行場営業及び飲食店営業（すし店）の振興指針（以下「振興指針」という。）が全面改正され、平成21年2月23日付の官報に告示され、同日付で各都道府県衛生主管部（局）長、各地方厚生局健康福祉部長、（財）全国生活衛生営業指導センター理事長及び（社）全国生活衛生同業組合中央会理事長あて通知されましたのでお知らせします。

振興指針は、生活衛生営業関係営業の振興を計画的に推進して、公衆衛生の向上及び利用者の利益の増進に役立てることを目的として、厚生労働大臣が定めているものです。

今回、全面改正された振興指針は、社会環境や経済状況の変化等を反映させた内容となるよう見直しており、平成21年度から5か年の営業

の振興の目標、対象業種を取り巻く目標達成のために必要な事項などを定めております。

なお、振興指針に示された事業に基づき各都道府県の組合は、振興計画を作成し、都道府県知事を経由して、各地方厚生局に申請することになります。

各地方厚生局において振興計画が認定されれば、株式会社日本政策金融公庫の融資が有利な条件で適用され、また税制上の恩典を受けることができます。

今回、振興指針に示された事業のうち主に、営業者に対する組合及び連合会による支援についてご紹介しますので、今後の活動の参考にいただければと考えております。

詳細は(<http://www.hourei.mhlw.go.jp/hourei/new/hourei/new.html>)です。



## 1 共通的事項

### (1) 原材料価格の高騰、世界的な金融危機

- 原材料価格の高騰や世界的な金融危機に伴う経済状況の変化が予想される中、顧客の安定した確保が図られるよう、衛生水準を確保しつつ利用者の要望に対応したサービスの取り組みが必要であること

### (2) 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業

- 衛生管理の手引きやパンフレットの作成等

### (3) 施設及び設備の改善に関する事業

- 合理化・効率化及び利用者の利益増進のための施設・設備の改善
- 高齢者等の利便性を考慮した店舗設計の支援等

### (4) 利用者（消費者）の利益の増進に関する事業

- サービスの適正表示、接客マニュアルの作成



- 利用者（消費者）を対象とした啓発講座の実施等
- (5) 経営管理の合理化及び効率化に関する事業
- 先駆的な経営事例等の経営管理の合理化及び効率化に必要な情報の提供
  - 地域的な経営環境条件に関する情報の収集及び整理並びに情報提供
- (6) 営業者及び従業者の技能の改善向上に関する事業
- 教育研修制度の充実強化（研修会、講習会、技能コンテストの開催等）
- (7) 事業の共同化及び協業化に関する事業
- 事業の共同化、協業化の企画立案、実施に係る指導等
- (8) 取引関係の改善に関する事業
- 共同購入等取引面の共同化の推進
  - 関連業界と連携を深め、情報の収集及び交換会の機会の確保
- (9) 従業者の福祉の充実に関する事業
- 労働条件及び福利厚生の実、共済制度の整備・強化
  - 医療保険、年金保険、労働保険への加入の促進等
- (10) 事業の承継及び後継者支援に関する事業
- ケーススタディ及び成功事例等の経営知識の情報提供
  - 後継者支援事業の促進
- (11) 少子・高齢化社会への対応に関する事業
- 妊産婦への配慮
  - 身体障害者の補助犬への対応等
- (12) 地域との共生に関する事業
- 地域における街づくりへの参加
  - 大規模災害時の地域への支援
- (13) 環境の保全、省エネルギーの強化及び食品リサイクル等の推進に関する事業
- 廃棄物の適切な処理
  - 省エネルギー性能の高い機器購入等への配慮
  - 食品リサイクル実施率の向上 等



## 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10～12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12月上旬に個別訪問面接により実施したものです。

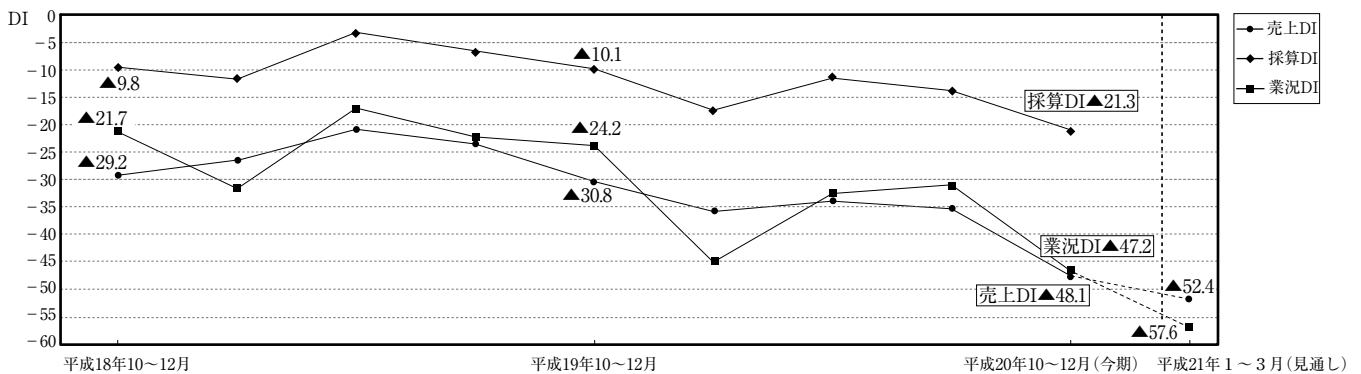
### ～厳しさ増す生活衛生関係営業の景況～

今期(平成20年10～12月期)の「売上」「採算」「業況」の各DIは、▲48.1(前期比12.3低下)、▲21.3(同7.2低下)、▲47.2(同15.8低下)となり、3項目全てで大きく低下しており、景気後退による消費マインドの低迷が経営に深刻な影響を及ぼしています。

したがって、生活衛生関係営業の景況は、厳しさを増しています。

※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

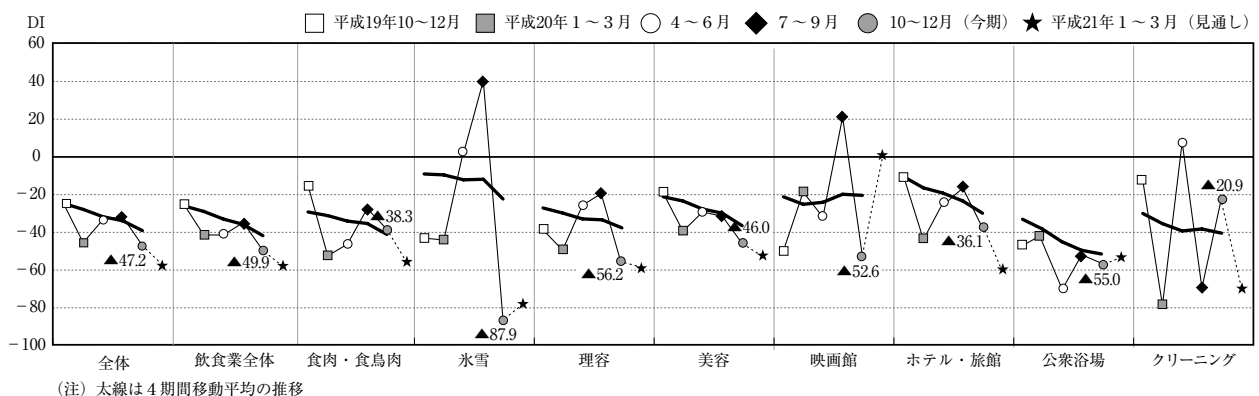


業況DIを業種別にみると、前期に比べて「クリーニング業」を除いて低下しました。特に、「冰雪販売業」131.0、「映画館」75.8と大幅に低下しました。次いで「理容業」37.5、「ホテル・旅館業」21.9と低下しています。「クリーニング業」は季節的な要因もあり49.5上昇しました。

来期の見通しは、「冰雪販売業」「映画館」「公衆浴場業」で持ち直しを見込んでいますが、その他の業種では低下を見込んでいます。

※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

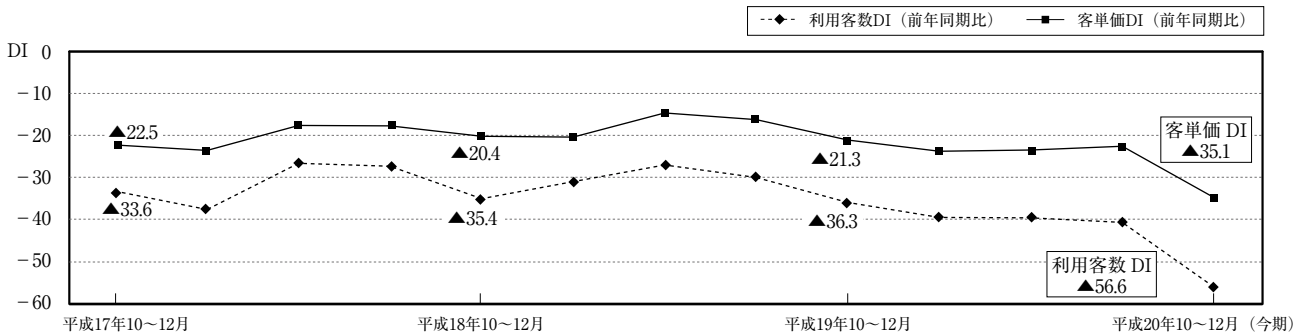
利用客数DIは、前期から15.5と大幅に低下し▲56.6となりました。前年同期に対しても20.3と大幅に下回り、7期連続で前年同期の水準を下回っています。

客単価DIは、前期から12.3と大幅に低下し▲35.1となりました。前年同期に対しても13.8と大幅に下回り、5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10～12月期）に設備投資を行った企業の割合は9.7%と、前期（9.8%）に比べ0.1低下し、前年同期に比べても2.0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、前々期の平成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」20.0%「ホテル・旅館業」18.3%「食肉・食鳥肉販売業」14.4%となっており、「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、「食肉・食鳥肉販売業」「美容業」「公衆浴場業」の3業種でした。

図4 設備投資実施割合の推移

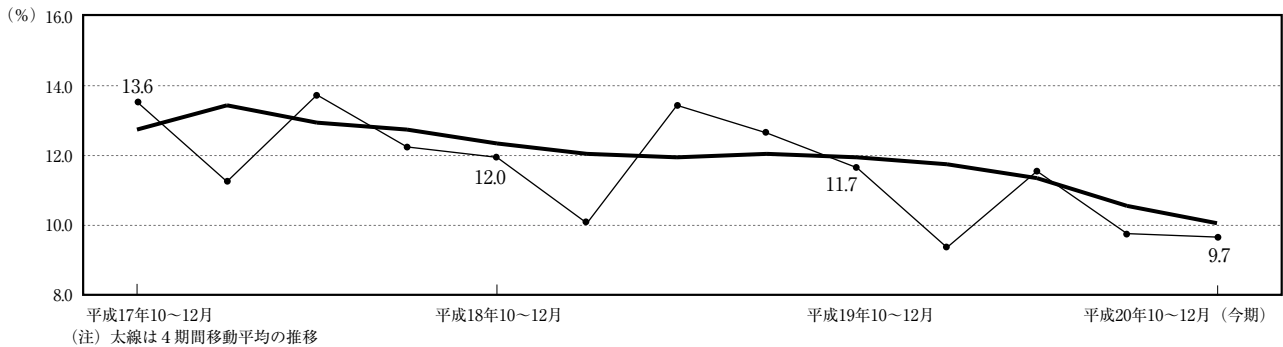
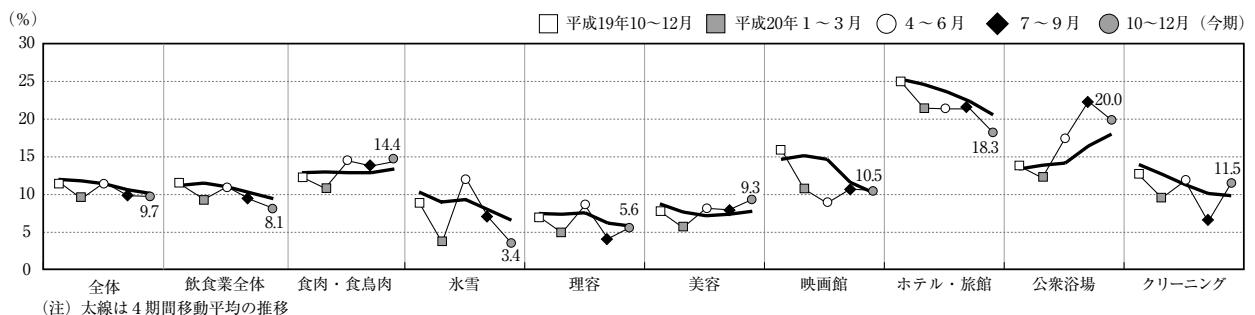


図5 業種別設備投資実施割合の推移





# 消費者団体訴訟制度をご存じですか？

<社団法人全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 小川 裕子>

## はじめに

消費生活センターには、様々な相談が寄せられます。「訪問販売で、布団を売りつけられた。クーリング・オフできるか」「英会話教室が倒産したので授業が受けられない」「携帯電話で無料のアダルトサイトを見たら、いきなり高額な料金を請求された」など…。

消費生活センターで受け付ける相談は、契約や取引に関するものが8割を超えます。そのほとんどが、消費者が事業者と契約したがやめたいという内容です。消費者が一方的に契約解除できる「クーリング・オフ」は訪問販売や電話勧誘販売等を規制する「特定商取引に関する法律」や、不動産取引業者を規制する「宅地建物取引業法」など特別の法律で定める場合しか認められません。一般的な契約について定める民法では、いったん契約が成立したら簡単には契約を解消できません。たとえ消費者が、事業者の不適切な勧誘行為によって契約した場合でも、民法の規定にある詐欺や強迫、錯誤を理由に取り消しや無効を主張するには法律の要件が厳格なために解決が困難です。脱法的な悪質商法や、新しい商取引には、規制する法律が後追いする状況です。

また、特別の法律は業者を規制する法律のため、法律違反は行政処分の対象であっても、消費者と事業者との間の契約の効力に直接影響せず、被害を受けた消費者は救済されません。一方、事業者は、商品や物を提供する側ですから情報を持ち、しかも契約のプロです。素人の消費者とは対等ではありません。このことから、消費者と事業者の間には、情報の質や量、交渉力に格差があることを認め、事業者の不当な勧誘行為により契約した消費者に取消権を認め、事業者が不当な契約条項を定めた場合はその不当な条項の無効を主張で

きるとした内容の消費者契約法が平成12年に成立しました。

## 不当な勧誘行為とは

消費者契約法では、以下の5つの場合に契約の取消が可能です。

1. 不実告知
2. 断定的判断の提供
3. 不利益事実の不告知
4. 不退去
5. 監禁

1の不実告知の例は、「この健康食品を飲めば血液がサラサラになる」等食品にはそのような効果がないのに告げて勧誘した場合です。

2の断定的判断の提供とは、元本保証のない金融商品などを「確実に値上がりする」と説明して販売した場合があります。

3の不利益事実の不告知の例は、南側に隣接するマンション建設計画があることを知りながら、消費者に「この部屋は見晴らしがよく日当たり良好」と説明して販売した場合です。

4の不退去は、消費者の自宅などに訪問して、消費者が帰ってほしいと告げているにもかかわらずその場から退去しないことです。

5の監禁は、事業者の販売店等で、消費者が帰りたいと告げたのに帰らせないことです。

## 不当な契約条項とは

1. 事業者の損害賠償責任を免除する条項
2. 消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等
3. 消費者の利益を一的に害する条項

1の例は、スポーツクラブの床が滑りやすい状態にあったのに対策をとらず、利用者が転倒してけがをしたが、「いかなる理由があっても一切損害賠償責任を負わない」という契約条項を盾に治療費等を払わないことです。

2の例は、結婚式場を予約し申込金を支払った後すぐキャンセルしたが、期間に関わらず申込金は一切返還しないという条項です。

3の例は、賃貸アパートの契約で、退去時に部屋の全面的なリフォームの義務を負わせる条項などが当たります。

## 消費者団体訴訟制度の導入

消費者契約法が施行された後は、消費者は取消や無効により救済されるようになりました。消費者契約法違反の判決も数多く出ています。しかし、事業者は同様の勧誘や契約条項の使用をその他大勢の消費者にも続行するため、同種被害が多数発生します。そこで平成18年に消費者契約法が改正され、直接の被害者でない消費者団体が消費者に代わって、事業者の不当行為をやめさせる差し止め請求権を認める消費者団体訴訟制度が導入されました。差し止め請求ができるのは、不特定多数の消費者の利益擁護のために活動することを主な目的とした団体で、活動実績があり、特定非営利活動法人や公益法人であること等、厳しい条件をクリアして内閣総理大臣に認定された適格消費者団体に限られます。平成21年1月末現在6団体が認定を受けています。今後、いくつかの団体が申請予定です。

## 差し止め請求の対象となる行為の拡大

世の中に、虚偽や誇大広告があふれていることや、訪問販売や電話勧誘販売、マルチ商法などの特殊な販売形態で取引する場合の被害が急

増していることなどから、景品表示法や特定商取引法においても消費者団体訴訟制度の導入が検討され、平成20年6月に法律が改正されました。表示の関係は平成21年4月1日から実施されます。

## 社団法人 全国消費生活相談員協会の取り組み

当協会では平成18年に関西外語専門学校に対し学納金の清算条項の改善を申入れた結果改善されました。また、専門学校の募集要項の調査を行い、専門学校業界団体に要望した結果、会員2,649校に当協会の要望を通知したと回答がありました。文部科学省も専修学校や各種学校の入学辞退者に対する授業料等の取扱いについて通知しました。平成19年にレオパレス21に対し、中途解約の清算条項が不当として申し入れを行い、事業者が改善しました。平成19年11月当会は内閣府より「適格消費者団体」の認定を受けました。第1号差し止め請求として、不動産賃貸借契約書に消費者に一方的に不利な条項を記載していたマイホームリサーチと、契約書を作成して管理や経営のコンサルティングを行っていた実質代理人であるレンタックスに対して不当な条項の改善の申し入れを行った結果、改善すると回答がありました。

## 終わりに

消費者団体訴訟制度は、消費者からの苦情相談や、被害の情報提供など消費者の協力が欠かせません。日々の暮らしの中で、事業者からの不当な勧誘や契約条項、表示などがあつたら、見過ごさずに適格消費者団体に知らせてください。1人の消費者の声が多く被害の未然防止につながる大きな力に変わります。

# 連合会は今

## 全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会

東京都台東区下谷2-1-10

伊尾ビル2階

会長 井元 弘氏

専務理事 越村 良久氏

事務局長 萩原 貢氏

職員数 2人

URL <http://www.zenchoren.jp>



井元  
弘会長

全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会（以下「全鳥連」と表記）は、昭和35年に創立され、現在全国に18組合、組合員数は約1,050名で構成されている。

鶏には、肉用鶏と採卵鶏の2種類がある。昭和30年代頃までは、採卵養鶏で産卵終了後の成鶏を再飼育して食肉用にもしていた。1羽の鶏が、採卵と肉用の二役をこなしていたのである。

しかし、産卵後の鶏では肉質が劣るため、昭和30年代に入ると、採卵前の若鶏段階で出荷する肉用鶏と、採卵のための採卵鶏に分けて養鶏されるようになった。ちょうどその頃、アメリカからブロイラー（肉用若鶏）専用の品種が大量に輸入されたことも手伝い、肉用鶏と採卵鶏に区別されるようになったという。

「全鳥連」組合員は、この肉用鶏を主体に食鳥肉全般を小売店の店頭や業務用卸を通じて消費者に提供している。

### ■多彩な事業展開と消費者サービスを通じて組合員を支援

「全鳥連」では、食鳥業界の振興と組合員の経営健全化を図るために、消費促進の宣伝活動

や各種セミナー・講習会の開催、食品衛生の指導、融資斡旋・福祉共催事業など、多岐にわたる事業を展開している。

特に、プライベートブランドの「から揚げ粉（150円）」販売事業と、春と秋に2回開催する「から揚げまつりキャンペーン」は、消費者から絶大な人気を得ている。「から揚げまつりは、鶏肉をお買い上げのお客様に、から揚げ粉を進呈するもので、消費者サービスの一環として20年以上も続いています」と話す井元会長。「から揚げ粉」については、「開発にあたっては、全国の組合員代表者数名が集まり、日本製粉（株）さんの協力を得て、会議や試食を繰り返し1年を費やしました。絶対の自信作です」と微笑む。「全鳥連」加盟の鶏肉専門店のみで販売している推奨品で、近所で購入できなくなった方が、「どこで購入できるのか」と、わざわざ問い合わせが来るほど愛用者も多いという。

■スピーディーな情報伝達で時代とお客様のニーズに対応  
時代の変遷とともに食鳥肉を

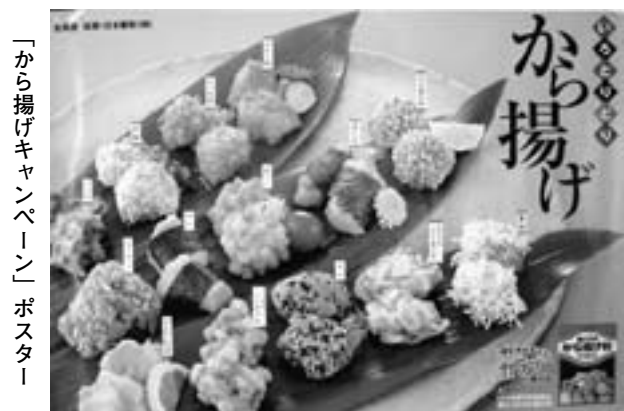
取り巻く環境は、「全鳥連」設立当初と大きく変わってきた。

大手スーパーの進出に伴う昔ながらの商店街と市場の衰退、食肉店による鶏肉の併売などにより、食鳥肉専門店の経営は悪化し、組合員数は減少の一途を辿ってきた。特に地方において、食鳥肉専門だけで商売をしていくのは難しい。井元会長は、「組合設立当時と比べると、今の鶏肉の消費量は増えていますが、最近ではコンビニでも生鮮品を販売しています。これでは、経営が厳しいため、後継者も育ちにくいのが現状です」と語る。さらに「組合員のメリットは、国が行おうとする情報が即刻入手できることです。そこがアウトサイダーとは格段に違う。その情報をどう活かすか、消費者サービスへどう繋げるか、施策も練れます。経営に行き詰まったら、経営相談も随時行っています。専門店として何をすべきか、何ができるか、お金をかけずとも身近な所から一緒に解決しています」と言葉を継ぐ。

後継者となるべき組合員の「全鳥連」青年部へも積極的に働きかけている。その具体策として、多彩なイベント、ホームページの活用、講習会や情報交換の場などを強力に支援し、未来へ繋がる後継者育成に努めている。

■「食鳥処理衛生管理者の免許を活かし質の高い商売を」

# 専門店ならではの、おいしい&安全な鶏肉提供



食の安全が叫ばれている中、食鳥肉は、①生体検査②脱羽後検査③内臓摘出後検査の3段階において、1羽ごとに検査している。また、食鳥肉販売業者は、「食鳥処理衛生管理者」の資格を有することが法律により義務づけられている。「全鳥連」は、(社)日本食品衛生協会と(社)日本食鳥協会との合同で、この資格取得のための講習会を実施。組合員は全員この資格を取得している。また③の最終検査で鶏を解体した時、毎日何羽解体し、その中で不合格品は何羽か日誌を付け、月に1度は保健所へ報告する義務がある。その制度に一役買い、施行に結びつけたのが井元会長である。

「産地や処理場で最終検査までやってもらうと鮮度が落ちます。せっかく処理管理の資格を持っているのだから、自店でさばき最終検査をすれば、最終の検査コストもかからない。専門店の中にも産地でさばかれた肉を店頭に並べるだけのところもありますが、それでは専門店とはいえない。自分でやるこ

とにより、安全なものを提供しようとする責任も生まれます。専門店は、いかなる苦境でも商品の品質を落とすしてはいけません」と力説する。

## ■専門店のこだわりで品質とサービスのグレードアップを！

近年、ヘルシーブームの中で鶏肉は、栄養価に富み低脂肪、美肌効果のコラーゲンもたっぷりあるため、健康と美容に良い食材として注目されている。また、食に対する多様化や高級化に伴い、多彩な銘柄鶏が登場し味を競っている。

井元会長は「儲からないとか不況だからと嘆く前に、難しいことを考えなくても自分たちですぐに実行できることはあります。マジックで書いただけのプライスカードでは情けない。ディスプレイにも気を遣う、盛りつけを工夫するなど、お客様の目線でおおいしく見せる工夫はいくらでもあるはず。接客も笑顔と明るく元気な声での対応が大事。昔の人は、自分でさばき鶏の味をうまく引き出し

ながら美しくみせて皿に盛り、お買い求めいただくための工夫をこらし、知恵を絞って商売をしてきました」と話す。

今後への期待と展望については、「法令を遵守し、お客様の安全・安心に100%お答えするのはもちろん、資格を活かしてよりグレードの高い鶏肉を扱う店作りを推進していきたいと思います。そして、笑顔と活気のある賑わいを演出したい。できることなら18組合の各都府県に、1店舗ずつモデル店を設置したいですね」と語る。専門店としての誇りと品質を高めて、お客様へより良いものを提供しようとする心意気、そして「全鳥連」を元気にしたいという愛情が伝わってきた。

そして井元会長は専門店に呼びかける、次のような言葉で締めくくった。「100年に1度の不況と言われている今、本格的な勝負の時と思い、専門店の持つ技術を前に出し、知恵を存分に使い、センスのある商売を行いましょ」。



丸皿(左)と角皿(右)を使った皿盛りの例(「全鳥連」発行の部位別皿盛り集『鶏・美・皿』から)



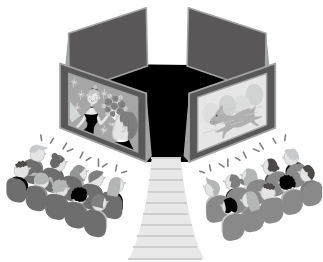


# せいせい 掲示板

## ★ 昨年の邦画興収は過去最高 「ポニョ」などで22%増

日本映画製作者連盟は1月29日、平成20年に公開された映画の興行収入（興収）が1,948億3,600万円だったと発表した。前年比1.8%減で2年連続の前年割れ。

しかし、邦画の興収は1,158億5900万円と同22.4%増となり、平成12年に興収が公



表され始めて以来、過去最高となった。宮崎駿監督の「崖の上のポニョ」が150億円を超えるヒットを

記録するなどが好調の理由で、洋画を上まわったのは2年ぶり。

洋画は789億7,700万円で平成12年以来最低。全興収に占める洋画の割合は40.5%に落ち込んだ。

邦画と洋画の興行収入上位3作は次の通り。

▽邦画①崖の上のポニョ（155億円）②花より男子ファイナル（77.5億円）③容疑者Xの献身（49.2億円）

▽洋画①インディ・ジョーンズ クリスタル・スカルの王国（57.1億円）②レッドクリフPart 1（50.5億円）③アイ・アム・レジェンド（43.1億円）

## ◆ 「小樽はしご寿司」 連携イベントが好調

小樽市内の8ホテルとすし店10店が展開している連携イベント「小樽はしご寿司」が、観光客の間で人気を呼んでいる。

8軒のホテルの宿泊客が「はしご寿司」利用券（1枚3,150円）を購入。提携するすし店10軒の中から3軒を選び、そのすし店をはしごして、指定されているネタを食べ

ることができるという趣向。

1軒の店で4貫のすしが食べられ、3軒はしごすることができるので、全部で12貫を賞味できる。

このイベントは3年前から続けられているが、観光客の間からは「こういったチャンスがなければ、すし屋さんのはしごはなかなかできない。食べ比べできるのがいい」と好評を博している。

## ♣ 公共施設の「完全禁煙」 賛成派は75%

神奈川県が成立を目指す「受動喫煙防止条例（仮称）」に関連し、県民の75%が公共施設内を完全に禁煙にした方がいいと考えていることが慶応大学が行った調査で判明した。

調査は、県が条例素案を発表した後の1

月16～19日に行い、県内の1,008人に電話で聞き取った。飲食店やパチンコ店なども含めた屋内のすべての公共的施設に完全禁煙を義務付ける条例について45.5%が「賛成」と答え、「どちらかと言えば賛成」と答えた30.0%を合わせると75.5%の人が賛成していた。

一方、「反対」「どちらかと言えば反対」は合わせて13.5%にとどまった。

## ソメイヨシノ

現代の観賞用サクラの代表種であるソメイヨシノ（染井吉野）。一般にサクラと言えば、ソメイヨシノを指す。それだけ全国に多く植えられ、名所があり、人々になじみも深い。ソメイヨシノにまつわる話題を追った。



**起源は？** 栽培の歴史は新しく、江戸末期から明治初期にかけて染井（現在の東京都豊島区駒込）に住む造園師や植木職人たちによって「吉野桜（ヤマザクラの意）」の名で売り出したとされる。奈良の吉野山のヤマザクラと混同しやすいので、明治33年に染井吉野という名前に改められた。園芸家による人工的な品種改良説と、自然交雑したもの増やしたという二説がある。いずれにしてもソメイヨシノは人の手で育種されたもので、現在もソメイヨシノはヤマザクラなどを台木として接ぎ木

によって次代へと植え継がれている。

**両親は？** 最近の葉緑体DNA解析による研究の結果、ソメイヨシノはコマツオトメのようなエドヒガンザクラ系品種（母種）とオオシマザクラ（父種）の交配によって生まれたものであることが判明した。

**クローン植物** ソメイヨシノはクローン植物であることは、案外知られていない。

## DNA解析で「両親」判明

### 野生種と交雑、遺伝子ピンチ

ソメイヨシノは一代雑種のため、自然交配による結実率は極めて低い。つまり、自力で繁殖することができないサクラなのだ。だから、接ぎ木など人の手を介さないと生存することが出来ない。寿命は60年くらいというのが通説だから、このまま放置するとソメイヨシノはこの世からなくなってしまう「人の手に頼る」品種と言える。

**生物観測レーダー** 例年3月に気象庁が「サクラの開花予想」（桜前線）を発表するが、

この開花状況の基準となつているのがソメイヨシノ。クローンなるがゆえに、遺伝子が同じなので条件が整えば一斉に開花する。言い換えれば、世界でも類を見ない、全国津々浦々に配した「生物気象観測レーダー」と言える。

しかし最近、異常に開花が早い年があ



中に爆発的に植えられた。

最近の環境省研究班の研究により、ヤマザクラ、オオシマザクラ、エドヒガンなど野生のサクラの遺伝子を調べた結果、13%の種子からヨメイヨシノの遺伝子が見つかった。反対に、ソメイヨシノも別のサクラの花粉で結実していた。約半数から、半径200m以内

ある別種のサクラの遺伝子が見つかった。ソメイヨシノの根元では、交雑した種子が芽吹いていた。

り、「地球温暖化の影響」との説が喧伝されている。あと数十年もすれば、入学式には満開の桜を見ることもできないのでは、と危ぶむ声もある。

**遺伝子ピンチ** ソメイヨシノは葉より先に花が咲き、花色は咲き始めは淡紅色だが満開になると白色に近い色となり、その咲きっぷりの華やかさから第二次大戦後には日本

研究班では、遺伝子が混じること、適応力に影響が出かねないとしており、「今後、地域固有の野生種が自生する地域にソメイヨシノを植える際には注意が必要になるだろう」と話している。このため、研究班では地域ごとに遺伝子型が違うことを地図で示し、適正な移植、緑化の方法を定めた指針案を作成することにしている。

# 再考和のころ

世相ウォッチャー 更科 ケイ

## 自戒の意味もあつた

### 江戸言葉「時泥棒」

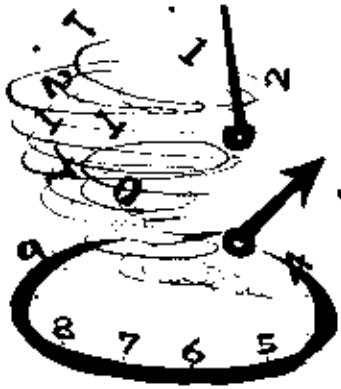
訳され、日本語で「時は金なり」になつたという。

もう一つの

アポなし訪問は「時泥棒」

「時は金なり」という諺

がある。その語源をたどると、ギリシャに行き着くらしい。ある説では、16世紀のフランスの作家ラブレールが、「時は人間が消費するものの中でもっとも貴重なものである」という、古代ギリシャの哲学者ディオゲネスの言葉を引用。それが「Time is money」と英



説も、ギリシャの「時は高い出費である」という言葉から生まれたとされている。その起源と変遷は少々違うようだが、いずれにしても、時間は貴重なものであるという認識は世界共通らしい。

この「時は金なり」が日本で一般化する以前、江戸の町では「時泥棒」という言葉があつた。時代的にはフランスの作家ラブレールがディオゲネスの言葉を紹介した頃と重なる。では、時を泥棒するとは、どんなことなのだろう。例えば、約束をしていないのに誰かが訪ねてきた場合。あれをして、できればこれもしてという

時に、誰かが訪ねてきたら。訪ねて来た人に時間を取られたと思うだろう。そのようにアポなしで訪ねて来た人のことを「時泥棒」と言う。このほかにも、遅刻をして相手を待たせると、時間を無駄に過ごさせた意味で「時泥棒」とされた。

#### 死罪にも等しい大罪

この「時泥棒」は、江戸では10両の罪とみなされていた。刑罰を科せられることはないが、10両といえば現在の金額に換算すると約100万円である。10両を盗むと死罪だった当時のことを考えると、いかにその罪が重いかが想像される。

時間をお金に換算することが一般化している今の経済社会では、時間の重みは江戸時代と比べれば軽いかもしれない。寿命が延びて時間の感覚が鈍くなってい

るのかもしれない。だが、「時間を返せ！」と言われても、返せないのも事実。覆水盆に返らずである。

しかし、現代社会も捨てたものではない。時間を気にせずメールを送ったり、短時間で調べものができるインターネットは、上手に使用すれば何倍もの価値を生む。ただし、使いこなすことが条件である。使いこなせなければ、薬も毒になる。

例えば、タクシーの運転手でさえ頼るカーナビ。発売された当初は、カーナビの通りに運転したために、よけいに時間がかかってしまったという話を耳にしたことがある。さらには、カーナビを信じて走った結果、川へ落ちたという海外のニュースさえあつた。道具に使われてしまつては、元も子もない。

○月○日

先日私は可愛い姪と一緒に  
ディズニーランドへ出かけ  
た。私は姪の言うことなら何  
でも聞く自他共に認める「お  
ばばか」で、四十路を迎え、  
特にメルヘンな世界に憧れて  
いるわけではないが、姪に請  
われればどこへでも行く。そ  
していつものことなが  
ら、今回も楽しみにして  
いたイベントであった。

JR京葉線を降りて歩  
き始めると、次第にディ  
ズニーの世界に溶け込ん  
でいく感覚に包まれ、気  
持ちが高揚した。入場す  
ると外国にきたような非  
日常的な雰囲気ですんなり分  
かる。東京ディズニーランド  
にリピーターが多いのはそん  
な魅力があるからだと思う。  
敷地内を歩いてみると、カ  
ップルや大人だけのグループ  
で来ている人が多いことに気  
が付いた。そしてその中に、  
何とも気になる奇妙な人々が

### 働く女性のこだわり日記



いることも。  
彼らに共通するのは頭に動  
物の耳を模したぬいぐるみの  
かぶりものをしていること。  
街中では見たことのないかぶ  
りもので、園内のショップで  
売られていた。ピンクや黒、  
白など色々ある  
が、頭にかぶる

とシルエットが  
ミッキーマウス  
そのものだ。園内を歩くとい  
うした人種がウヨウヨいる。  
次第に私はやり場のない居心  
地の悪さを感じるようになって  
いった。  
こうしたかぶりものを幼い  
子供がかぶっているのなら全

### ディズニーランドの不思議



く気にならない。大賛成だ。  
しかし、これを大人が公衆の  
場で身に付けるなら、会社の  
忘年会の余興や「罰ゲーム」  
くらいしかないはず。しかし  
ディズニーランドではサラリ  
ーマン風の男性でもこうした

「可愛い」かぶりものを平気  
でかぶり、彼女に手を引かれ  
アトラクションをめぐる、そ  
れらをかぶったままアトラク  
ションの列に「60分」も楽し  
そうに並んでいる。  
男性ばかりではない。見る  
からに疲れた顔つきのおぼち  
やんたちも平気をかぶってい  
る。無論、若者たちも。特に

「キャラが似合ったりして、  
どう？」ともとれる挑戦的な  
まなざしを無言で投げかけて  
いる。  
一体、この人たちはどうし  
てしまったのだろうか？ この  
光景は東京ディズニーランド  
では普通かもしれないが、一  
歩外に出れば普通ではない。

彼らはディズニーランドにい  
る間だけ、非日常の世界に酔  
いしれ、一体感を感じている。  
そして、夢のワンダーランド  
でどうしても理性を捨て切れ  
ない私がいた。  
(テレビ会社国際番組  
プロデューサー 高樹かほ)

このかぶりもの  
をした若い女性  
たちの姿や視線  
はどこことなく自  
然体を意識して  
いるように見受  
けられた。自然  
体を装いながら  
彼女たちは、「実  
は私はディズニ





# 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

H21.3.1 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、3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

3月号 平成21年3月発行 通巻384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。