

# 生衛ジャーナル

「広げよう  
元気の輪、地域の輪」

2009 9



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 癒しの店</b>	
総論 .....	2
お店探訪 .....	3～9
特相員だより .....	10
融資トピックス .....	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・全社連編 .....	18～19
せいえい掲示板 .....	20
時の話題「ツイッターって何だ？」 .....	21
<b>ほっとブレイク</b>	
再考 和のころ .....	22
いっつもかあさん、ときどきライター .....	23
Sマークのページ .....	24



佐賀県武雄市 黒髪山 乳待坊 ちまちぼう  
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

一般社団法人 日本銭湯文化協会 会長  
高橋 元彰

高橋元彰・日本銭湯文化協会会長



平成21年3月6日、(社)日本銭湯文化協会が誕生しました。

高温多湿の気候風土のため日本人は特に入浴を好み、その文化を愛する国民であるといわれています。

この入浴の起源は、奈良時代の光明皇后による立願施浴であると伝えられています。江戸時代には湯屋・風呂屋として、庶民の憩いの場、情報交換の場として親しまれてきました。

現在では、入浴は家庭単位、個人単位で行われるようになりましたが、温泉入浴に見られるような共同入浴の楽しみを強く求める傾向もあります。

本協会は、こうした日本の入浴文化とそれを支えてきた銭湯を、積極的に後世に語り伝えて行くことを目的として設立しました。

まず、銭湯検定初級(4級)を6月から開始しました。問題は、3級検定と同レベルと思われる難問を出題しました。国民に入浴文化に興味を持ってもらうため、インターネットでも問題を公開し、解答は、各自在宅で書籍・インターネットなどで調べてよいことにしました。この検定は、10月31日まで行っていますので、是非、チャレンジしてみてください。3級検定は11月29日に東京都目白の学習院大学(予定)で行います。

7月には、検定公式テキストも刊行し、全



国の書店で発売しました。

また、「園児に対して社会のルールやマナーを考えさせる道徳的な検定」「外国に向けて日本の入浴文化の発信」「入浴文化の継承に貢献された方々、例えば背景画ペンキ絵師、「流し」のサービスをしている方などに文化功労賞(仮称)の授与」なども行う予定です。これらの活動を通して、転廃業が続いている銭湯の利用者拡大を図ることが、協会に与えられた重大な使命であります。

家庭風呂がまだ普及していなかった戦後の復興期、銭湯での入浴は日常的習慣でした。家庭風呂普及率が95%を超える現在、多くが銭湯を非日常的な施設としてとらえています。これらの方々に足を運んでもらうには、「銭湯利用に遊び心を付加させる」ことも必要です。例えば、東京都公衆浴場業生活衛生同業組合が行っている「銭湯お遍路(銭湯巡り)」を全国的に展開することや、施浴を起源としている銭湯なので、「千社札」奉納コーナーの設置や銭湯名が入った千社札の普及などが考えられます。

さらに、湯屋・風呂屋資料館の設置も大きな目標です。資料館には、高座(番台)、懸魚や兎毛通し、九谷焼のタイル絵、カラーン、入浴に関係のある石鹸やシャンプー、手拭い、浴衣などの展示コーナーのほか、入浴できる湯屋を併設し、江戸時代の2階のような、庶民の憩いの場、情報交換の場所も設けたいと思います。

ホームページアドレス <http://sento.or.jp/>

## 「銭湯検定」にチャレンジを

## 生衛業は多種多様な癒しの担い手

ポイントは安らぎ・<sup>なご</sup>和みの雰囲気作り

商品・サービスへのこだわりが業績アップに

日本大学経済学部講師 池田 光男

今号の特集のテーマは「癒しの店」である。癒しとは、安らぎという意味である。癒しは不思議な力を持っており、日常生活において、心身にリフレッシュの効果をもたらしてくれる。

今や、私たちの身の回りには、心身のストレス要因がてんこ盛りである。これらは、過度の緊張や疲労を招き、ひどい場合は慢性的な心的疲労になり兼ねない。となれば、これらのストレスを巧みにかわす対象物が必要になってくる。

癒しには、個々人の趣味や嗜好が入り込んでくるから対象物は多種多様であるが、その多くは生衛業が担い手になっていることに気付く。美容院ですっきり、居酒屋で憂さ晴らし、豪勢な食事で満足感、映画館で感動、温泉宿でのんびり、銭湯でさっぱり…などの主役は生衛業である。

そこで「お店探訪」3事例の癒しの店作りをみてみよう。

「百年古家『<sup>うふやー</sup>大家』」は、お店に沖縄らしい雰囲気を盛り込んだ演出で癒しをもたらす空間を作り出している。特徴は経営者が意識的に改装などで癒しの空間を作り出していることである。

「ペンションビッグフット奥琵琶湖」は、たまには主婦業から解放されたいとの主婦の願望を叶えてくれるような雰囲気作りを心掛けている。自然の中で何もしない贅沢の場作りである。お客様が何を求めているかを察知す

ることが、経営の基本であることを身を持って証明している。

「珈琲考房」は、こだわりのコーヒーやケーキを味わいながら、丘の上にある喫茶店の窓から山並みを眺めることを売りにしている。立地の選定、こだわりの商品は、お客様の立場に立つ経営者の姿勢の現われである。

以上見て来たように、生衛業は癒しの場として社会的な存在価値が高い。生衛業は、本来の目的である国民大衆の衛生水準の向上以外にも、副次的な効果として、人々の心身のストレス緩衝の場として重要な位置を占めているのである。今や、この点に留意して新たな経営に挑戦すべきである。

それには、経営者が現代の社会的なニーズを汲み取り、それを自店の経営に取り込むために迅速に手を打つことである。時代に対応した手段であれば集客増に結びつく。こだわり商品、サービスを取り揃えることで、付加価値が高まり客単価上昇に寄与する。この際、自店の経営において、多くの人が求めている癒しの店作りには挑戦してはいかがであろうか。

求められる癒しの場、生衛業は受け入れの場



ポイントは、安らぎ・ほんわか雰囲気作り



商品・サービスへのこだわりが、集客増や客単価上昇を後押し



## 古民家、花々、滝の音...

年間500万人以上の観光客が訪れる沖縄県。中でも平成12年に沖縄サミットが開催された名護市や世界最大級の水族館「沖縄美ら海水族館」がある本部町には沖縄本島でも有数の観光、グルメスポットが点在する。自然が多く残り、県民や観光客らが癒しを求めて観光バスや

レンタカーでやってくる。ドライブ中に目を引くオーシャンビューも格別だ。そんな中、明治時代後期に建築された民家を修復し、地元で採れた新鮮な素材を使った琉球料理を提供して人気を集めているのが「大家」だ。



(右から) 佐々木部長、渡具知店長と従業員

「大家」は明治34年に現在の名護市中山に建築された安里家、明治後期に今帰仁村湧川に建てられた<sup>たくし</sup>沢岬家、昭和8年に国頭村謝敷に建設された<sup>あらぐすく</sup>新城家の3軒から成る。「大家」の中心に位置する安里家は代表取締役社長、安里清社長の生家である。

安里社長は「建造から100年以上経った我が家を活用したい」と平成13年に修復。さらに南側の沢岬家と北側の新城家を移築・復元して平成13年7月に沖縄そばと琉球料理の店としてオープンした。

安里家の大きな黒い梁は建造から100年以上



一番人気のアグーの肉そばセット

経った今でもしっかりと建物を支え、沢砥家には釘が打てないほど硬い「チャーギ（イヌマの木）」が使われるなど、歴史

の流れを感じることができる。周りは森林に囲まれ、自然を感じながら食事を楽しむことができる。

「訪れる人に癒しの空間を提供したい」と安里社長は水にこだわり、5つの滝を造った。1階と2階のどのテラス席からも滝が眺められるようになっている。さらに沖縄の季節の花々を楽しんでほしいと、桜や野ボタン、サガリバナなど様々な植物が植えられている。店内では音楽が流れることはなく、BGMは滝の音。夜になると虫の音も聞こえてくる。ただ食事を楽しむのではなく、古民家で歴史を感じ、景色、自然の音を味わいながら癒しの時間を過ごすことができる。

佐々木誠部長は「社長は癒しの空間を演出するために改装を重ね、日に3回も4回も店に顔を出し、お客様により楽しんでもらうためにどうしたらいいか考えている。その気持



築百年以上の古民家を修復してオープンした「大家」

ちがお客様にも伝わっているのではないかと話す。

営業時間は昼の部が午前11時～午後5時、夜の部が午後6時～午後10時。座席数は昼の部が200席、夜の部150席となっている。2階には個室も用意。また家ごとで貸し切りできるようになっている。

料理も昼、夜でメニューが変わるが、こだわりは「アグー」と呼ばれるやんばる島豚。アグーは高級食材として認知されてきており、沖縄各地でもアグー料理店が増えてきている。アグーと称される豚は大まかにやんばる島豚、チャグー、あぐーの3種類ある。「大家」では生産から販売まで同じルートで行っている契約農家から、琉球在来種アグーにアメリカ黒豚デュロックとパークヨークシャーのハーフを交配させたやんばる島豚を仕入れている。アグーは従来豚と比べコレステロールが4分の1以下とヘルシー。さらにうま味成分のグルタミン酸が通常の豚の3倍近くあり、アミノ酸も倍以上含まれているという。肉の臭みが少なく、柔らかい肉質が特徴。昼はアグーを使った沖縄そば、夜はアグーのしゃぶしゃぶや陶板焼きなど5種類のコース料理を用意



テラス席からは滝を眺めながら食事が楽しめる



安里家の内部。民家の名残をとどめる



3軒の前には立板でそれぞれの成り立ちが説明されている

が観光客。佐々木部長は「県外から家族で来るお客様も多い。せっかく足を運んでいただくのだから、『良い時間が過ごせた』と思ってもらえるようにサービスしたい」と話す。

敷地内には土産品

している。

山本国弘料理長は「島野菜を中心に食材のほとんどは地元産を使っている。観光客が多いので、できるだけ地元で採れたものを食べてほしい」と話す。料理を作るに当たり「沖縄の人がおいしかったと話す料理を思い出しながら作っている。いずれは島で採れる薬草を取り入れた料理にも挑戦し、レパートリーを増やしていきたい」と意気込む。「自然を堪能しながら沖縄の野菜、アゲーのおいしさを分かってもらえればうれしい」という。

オープンから勤め、癒しの空間の提供に心をくだく渡具知和江店長は「季節の草花、滝を見ながら食事ができることが一番の魅力」と話す。「できるだけお客様が希望する席に案内し、楽しんでいただけるようにしている。『来て良かった』と言ってもらえるとうれしい」と笑顔を見せた。来店者のうち6割から7割

を扱う売店と酢の展示場もある。酢は、「大家」から車で約5分のところにあるナゴパイナップルパークで加工後、捨てられていたパイナップルの皮を再利用して作ったパイナップル酢。皮に含まれるポリフェノールが他の酢に比べて多いのが特徴の一つ。「地域とともに会社も大きく」をモットーとする安里社長の考えから製造している。味は黒糖、シークワーサー、パッションフルーツ、タンカンの4種類あり、フルーツの収穫時期にそれぞれ販売しているほか、展示場では試飲もできる。

食材にこだわり、空間作りに余念のない「大家」。琉球古民家を復元した店内では、他とは違った沖縄の歴史を感じることができる。



酢の展示場ではパイナップル酢の試飲ができる



◀店に並ぶ県産商品の数々



▲敷地内にある土産品店

# 自然を “のんびり” 満喫



集落から離れ、湖畔にたたずむ「ビッグフット」

琵琶湖の最北端に位置する西浅井町菅浦は、昭和46年、奥琵琶湖パークウェイ（全長18.8km）が開通するまで車で往来ができず、「陸の孤島」と呼ばれた。しかし、独自の文化を育み、現在も「近江の隠れ里」としてひそかに人気を集める集落だ。「ペンションビッグフット奥琵琶湖」（以下、「ビッグフット」）の魅力も豊かな自然を満喫しながらのんびり過ごす、日常にはない穏やかな時間の提供だ。

オーナーの高桑正勝さん（59）と妻千代子さんが切り盛りする「ビッグフット」は、菅浦の集落から少し離れた奥出湾に面して立つツインとトリプル各3室を備えた、こじんまりとしたペンションだ。

開業は平成4年で、それ以前は長野県の榎池高原スキー場で冬季だけのペンションを経営した経験も持つ高桑さんは大阪府出身。釣りなどでたびたび訪れた菅浦を通年営業のペンションの場所を選んだ一番の理由は「土地の人の穏やかな人柄と、よそ者でも受け入れてくれる温かさだった」と話す。

桜の名所百選の一つ海津大崎と、桜並木が続く奥琵琶湖パークウェイの中間にある「ピッ

グフット」の1年は、桜の開花と共に幕を開ける。1年中楽しめるカヌーやカヤック、ボート遊びがにぎやかになるのもこの頃から。専用の棧橋は目の前で、カヌー2艇とカヤック5艇、手こぎボート1艘を所有、釣りも含めてレッスンも引き受ける高桑さんはアウトドアの達人でもある。「最近琵琶湖を自転車で1周する人も増え、中間点として宿泊する人が増えた」と話す。琵琶湖の楽しみ方はいくつもあるようだ。冬場には近くのスキー場を訪れる人が利用し、1年を通して来客は絶えない。

自然の恵みは琵琶湖に加え裏山にもある。春のタケノコ掘りや山菜摘み、夏にはホタルや虫つかみ、秋の木の実狩りやリースづくりの素材集めなどなど。裏山も含めると、約3,000坪が「ビッグフット」の敷地になるという。取材に伺った8月初旬、兵庫県と大阪府から訪れた子ども連れの宿泊客は、朝一番にカヌーを楽しみ帰り支度の最中。話を聞くと母親が、「昨夜はホタルの乱舞が見られました。手のひらの上にもとまって、すごい数でした。思いがけないことで、とても感激した」と話してくれた。



繁忙時に手伝いに来る娘さん母子とオーナーの高桑さんご夫妻

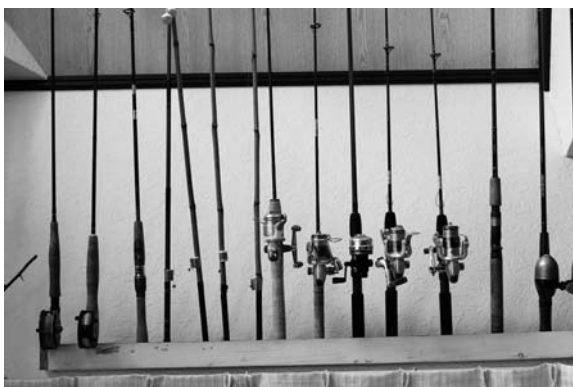




ワンちゃんとカヌー遊び

笑顔で話を聞いていた高桑さんは「夕涼みがたらホテルを見にいきませんか?」と誘うと話す。何かをすることを押しつけるのではなく、「こんなこともできますが、いかがですか?」という姿勢を大切にしていると言う。裏山で取れた山菜を何気なく食事に使い、「採りに行きますか?」と誘ったり、「お土産にもどうぞ」と勧めたり…。「ノビルとアサツキの違いを伝授したこともあります」という。

こんなエピソードもある。「ビッグフット」



▲食堂ホール壁面の釣竿。  
ルアーもあり、貸し出しもレッスンも可能だ



秋には裏山でリースの材料を▶  
集めることも。千代子さんの  
レッスンもある

の建設に伴い道路に設置される街灯を拒み、結局スイッチ式にすることで落ち着いたようだ。「星空の美しさを楽しむには街灯は邪魔だから」と話す高桑さんは、自然の中で過ごすことの醍醐味を知り尽くしているように思える。お客様に対しては「のんびり過ごして欲しい」が一番で、「できる事をしてあげる」に徹する。「お母さんなら食事の支度から解放されて、読書をしたいという人もいます」。ひととき日常から解放され、のんびりくつろいでもらうのがペンションの務めと考えている。

冬場の鴨鍋や、「ゆっくりと疲れを取って欲しい」とこだわった大人3人がゆっくり入れるお風呂、高桑さんの趣味のナイフづくりや革クラフト、千代子さんのリースづくりと、何でも出てくる魔法の小箱のような「ビッグフット」。何もしないぜいたくと、色々なことが楽しめるぜいたくと、どちらも現代人には貴重だろう。

現在、高桑さんが最も関心を寄せるのは豊かな自然を残すこと。水が美しいと言われる琵琶湖の北でも、以前に比べて水は汚れてきたと感じている。いつも琵琶湖を見て暮らす生活者の目線で環境保全を働きかける時だと考えるようになった。「自然が持つ大きな癒しの力に勝る物はない」と考える高桑さんの今後に期待したい。



1階の食堂ホールの窓からは琵琶湖を一望でき、テラスで食事もできる

# 雄大な景色と芳しい珈琲



マオイの丘に建ち、周囲の自然に溶け込む木造の店舗

札幌、千歳、夕張を西南東と三角に結ぶと、その真ん中に位置する長沼町。この町にあるマオイの丘の上から見えるのは、両脇を海に抱えられた山々。この丘の天辺に「珈琲考房」がある。この店は、喫茶はもちろん、豆や食器などの販売も行っている。代表取締役社長の武山敬二さんはこの眺めに感動し、20年ほど前に札幌市内からコーヒー豆とともに移り住んだ。「珈琲考房」のコーヒーは、驚くほど

にまろやかで味わい深く、ふんわりと心地良い空気に包まれるよう。この味と眺望を求めて、毎日たくさんのファンが訪れる。

武山さんがコーヒーの道を選んだのは、大学時代のこと。アルバイト先の喫茶店の店長の、「すごい人が札幌にコーヒー屋を出すよ」という一言がきっかけだった。昭和55年前後は深煎りで苦みや酸味の強いコーヒーが流行、その味が武山さんは苦手だった。この店も一緒だろうと思いつつ足を運び、飲んだのは今まで経験したことのない味だった。その驚きを、「あごがはずれるほどうまかったんですよ」と語る。

この味を出したのは、札幌市にある「リビトコーヒー」の襟立さん。武山さんが飲んだのはタンザニアだった。

甘かった。タンザニアが甘いというのは、武山さんの概念を覆すものだった。思わず2杯目をおかわりし、飲み終えるころには、「自分にも作れますか？」と襟立さんにたずねていた。翌日から自分で豆を煎り始め、出来たも



店の窓を背にした武山さん。窓からは雄大な北海道の自然が一望できる



日が落ちる瞬間には思わず息を飲む

のを襟立さんの元へ持参してはアドバイスを仰ぐという日々を送ること約2年。「最初で最後の弟子」という最高の褒め言葉をもらうことになる。

ついに札幌市内で小さな珈琲店をオープンしたが、ビルや住宅が建ち並ぶ環境で豆を煎るのは、「煙で迷惑をかけていないか？」と気を揉む作業であった。煎る人の心は豆にも影響すると言う。ゆったりと気兼ねなく豆を煎ることができれば、さらに良いものができるのでは…。そう思っていたとき、お客様の一人に教えられたのが、この丘だった。住み始めてからは、家族みんなが心穏やかになったと言う。

移住当時は長沼で豆を煎り、それを40km近く離れた札幌の店舗で提供。建物は1階が豆を煎るスペース、2階が住宅だったが、3人の子どもの成長に合わせて敷地内に自宅を新築。そこで、2階部分を喫茶店として開放したのが「珈琲考房」である。

店を訪れる人は、空間や景色、会話など「それぞれの時を楽しんでいる」と武山さんは感じている。コーヒーは脇役なのだ。これを引き立てる主役が雄大な景色であり、フードメニュー。それゆえケーキも軽食も、すべて武山さんのOKが出たもののみ。どれも「この味なら自信を持ってコーヒーと一緒に提供できる」という強いこだわりがある。「一つでも美味しくないものがあったら、コーヒーの味にも疑いを持つでしょ？」と細かい気遣いを見せる武山さん。いつも客側の気持ちに立ってサービスをしている温かさが、その笑顔からにじみ出ている。

「珈琲考房」のコーヒーは評判が評判を呼び、店には毎日多くの客が訪れる。地元で愛される店としても知られ、町の観光課は、取材やドライブでやってくる人々に「こちらへ行かれてみては？」と薦めるほど。また、長沼町



ケーキメニュー第一号の濃厚レアチーズ

はアトリエやギャラリーが随所があり、「長沼アートマップ」を作成している。「珈琲考房」でも地元アーティストの作品を展示販売している。また、ここで使われている食器類は、襟立さんがかつて使用していた食器に憧れて起用したブルーダニューブ。北海道で数少ない、正規販売権を持つショップでもある。

長沼町は、道内外から老後の生活にと移り住む人が多く、本州から家族が遊びにくると必ず連れてくるというお客様も多い。親子三代が揃って訪れるファミリーもおり、幅広い年齢層に楽しんでもらうため、バリアフリーを目指して昨年の夏には増改築を行った。より多くの人に長く通ってほしいという武山さんの気持ちだ。

「珈琲考房」という店名は、「常に珈琲について考え、研究している」という意味が込められている。人気店となった今も、武山さんは「いやあ、まだまだです」と柔和な笑顔で謙虚に答える。この人柄がコーヒーの味を一段と深くしているのではと思わされる。

優しく香しいコーヒーと、素材にこだわったケーキと軽食、そして北海道の恵み豊かな空と山並みを望む感動的な景色が、癒しのひとときを与えてくれる。そんな場所がここ「珈琲考房」なのだ。

# 特相員だより



## 生衛融資のさらなる利用を願って

滋賀県理容生活衛生同業組合・経営特別相談員

木村 耕次

私は現在、滋賀県理容生衛組合より副理事長と経営相談部長を、また、滋賀県生活衛生営業指導センターの生活衛生改善貸付融資審査委員長をそれぞれ務めさせていただいております。

県理容組合には、経営特別相談員21名が県下18支部で活動を行っています。今年6月、県指導センター主催で日本政策金融公庫大津支店融資課長を講師として、生衛貸付制度改正についての特相員研修会が開催されました。この研修会で、生活衛生改善貸付が1,500万円まで貸付限度額が拡大されたことや、振興貸付においては特利D枠が新設されたことなどをはじめ、広範囲にわたって組合員に大変有利に拡充されたことをあらためて認識しました。以後、特相員や組合理事会等のあらゆる機会を通じて、この改正内容を組合員に浸透させ、1人でも多くの方が同制度を利用していただけるよう努

めています。

現在、理容業界は大変厳しい環境にあります。しかし、冷静に考えてみますと、お店の周りにはたくさんの方が生活しておられるわけで、常に潜在的な需要はあるわけですから、各経営者におかれては個店の特徴をよりいっそう発揮するため設備の改善等をすすめ、お客様に安心と満足をしていただく「暮らしの中のサロン」を目指していくことが最も肝要かと思っております。そのためにも、この生衛貸付制度を大いに利用されることを念じてやみません。

この生衛貸付を利用されて良き店となり、喜んで下さる組合員も多くおられることは特相員としての私の喜びとするところです。今後とも、特相員活動等を通じて、一歩づつではありますが、理容業をはじめ生衛業の向上に役立てればと思っております。

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

### 生活衛生融資のご案内

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 (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 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.k.jfc.go.jp/)



日本政策金融公庫  
国民生活事業

株式会社日本政策金融公庫(国民生活事業)の融資制度をわかりやすくご紹介します

■生衛業を営むみなさまにご利用いただけます。

生活衛生セーフティネット貸付(経営環境変化資金)

ご利用いただける方	社会的、経済環境の変化により、売上や利益が減少する等、業況が悪化している方
資金のお使いみち	運転資金(商品・材料仕入、諸経費支払等)
ご融資額	5,700万円以内
ご返済期間	5年以内(特に必要と認められる場合8年以内)
利率(年利)	基準利率 2.2%～(①売上減少等一定の要件を満たす方:1.9%～、②雇用の維持または拡大を図る方:2.1%～、③①及び②のいずれをも満たす方:1.8%～)

ココがポイント!

- ◎一定の要件を満たす方の利率を最大**0.4%低減**
- ◎「第三者保証人等を不要とする融資」をご利用の場合、上乗せ利率を**0.3%低減**

(注) 1 お申込の際は、振興計画認定組合の長が発行する「振興事業に係る資金証明書」が必要です。  
 2 「第三者保証人等を不要とする融資」をご利用の場合は、上記利率に0.35%が上乗せとなります(生衛セーフティネット貸付以外の場合は、0.65%の上乗せとなります)。

■旅館業、飲食業を営むみなさまにご利用いただけます。

衛生環境激変特別貸付(新型インフルエンザ関連)

ご利用いただける方	<p>新型インフルエンザの発生により、資金繰りに支障を来しており、次のいずれにも該当する方</p> <p>(1) 最近1ヵ月の売上高が前年又は前々年の同期と比較して10%以上減少しており、かつ、今後も売上高の減少が見込まれること。</p> <p>(2) 中長期的に業況が回復し、発展することが見込まれること。</p>
資金のお使いみち	運転資金(資金繰りを安定させるために必要な資金)
ご融資額	<p>別枠 3,000万円以内(旅館、ホテル、簡易宿所または下宿業)</p> <p>別枠 1,000万円以内(飲食店営業、喫茶店営業)(平成21年9月4日～)</p>
ご返済期間	5年以内(特に必要と認められる場合7年以内)
利率(年利)	<p>特別利率C 1.3%～(振興計画認定組合の組合員の方)</p> <p>基準利率 2.2%～(上記以外の方)</p>
お取扱期間	平成21年12月30日(水)まで

ココがポイント!

- ◎平成21年9月から**飲食業が対象業種に追加**
- ◎組合員の方は、運転資金が**低利(1.3%～)**で利用可能

(注) お申込の際は、「新型インフルエンザ発生による影響に関する確認資料」の他、振興計画認定組合の組合員の方については、「振興事業に係る資金証明書」が必要です。

\*利率は金融情勢によって変動いたしますので、お借入の利率は、記載されている利率とは異なる場合がございます。  
 \*ご相談の結果、お客さまのご希望に添えないことがあります。  
 \*詳しくは、日本政策金融公庫の各支店(国民生活事業)または事業資金相談専用ダイヤルにお電話ください。



# 平成21年秋の全国交通安全運動の実施について

本運動は、広く国民に交通安全思想の普及・浸透を図り、交通ルールの遵守と正しい交通マナーの実践を習慣付けるとともに、国民自身による道路交通環境の改善に向けた取組を推進することにより、交通事故防止の徹底を図ることを目的としています。

厚生労働省においても、平成21年9月21日から平成21年9月30日にかけて、秋の全国交通安全運動の効果的な実施に向けて下記の取り組みを推進いたします。

生衛業のうち、酒類を提供する飲食店等におかれましては、運転手への酒類提供の禁止を徹底するなど、飲酒運転の根絶に向け、引き続きご協力をお願いいたします。

## 1 高齢者、子ども及び障害者に対する交通安全教育の推進

### (1) 高齢者に対する交通安全教育

道路交通法改正による高齢者運転標識（高齢者マーク）の使用促進と、高齢者マークを表示している自動車に対する保護義務の周知徹底、75歳以上の運転者の免許証更新時に講習予備検査（認知機能検査）が導入されたことの周知徹底

### (2) 子どもに対する交通安全教育

道路横断や自転車の乗り方等の正しい交通ルールとマナーの教育的な指導

### (3) 障害者に対する交通安全教育

障害者支援施設等で生活支援のため交通安全教育の指導などを実施

## 2 幼児二人同乗用自転車の安全利用及びチャイルドシートの正しい着用の徹底

保育所等の児童福祉施設での交通安全教育や、幼児二人同乗用自転車の安全利用を促進するとともに、チャイルドシート着用の必要性と着用効果に関する正しい理解について指導

## 3 広報活動の推進

警察署等からの交通安全に関するポスター貼付など広報活動の依頼に対して積極的な協力がなされるよう推進

## 4 交通労働災害防止対策の推進

平成20年4月に改正した「交通労働災害防止のためのガイドライン」の周知等、交通労働災害防止活動の推進

## 5 自動車運転者の労働時間等の改善対策の推進

自動車運転者を使用する事業場に対して、労働基準法等の関係法令や、「自動車運転者の労働時間等の改善のための基準」を遵守

## 6 関係行政機関との連携

「自動車運転者の過労運転事案に係る通報制度」の活用等による、内閣府、国土交通省、警察庁等関係行政機関との積極的な連携

## 7 飲酒運転の悪質性・危険性に関する広報啓発活動の展開

- (1) (財)全国生活衛生営業指導センター及び(社)全国生活衛生同業組合中央会の関係団体を通じて、飲食店等において、運転者への酒類提供の禁止を徹底することで、飲酒運転に関する関係者の意識の高揚を促進
- (2) 職員に対して、改正道路交通法の内容の周知を図るとともに、飲酒運転の悪質性・危険性に関する広報啓発活動を展開

## 8 交通安全運動の職員への周知徹底

交通事故防止の徹底を図るため、「全国交通安全運動推進要綱」を職員に周知させること、全国交通安全運動のポスターを掲示すること等による、模範的な交通行動を示すよう配慮

秋の全国交通安全運動

魔の時間帯

早めのライトオンが命を守る。

午後4時から午後8時にかけて  
交通事故死亡事故が多くなります。

高齢者の交通事故防止

- 夕暮れ時と夜間の歩行中・自転車乗用中の交通事故防止
- 全ての座席のシートベルトとチャイルドシートの正しい着用の徹底
- 飲酒運転の根絶

平成21年  
9/21日～9/30日\*

9月30日は  
「交通事故死ゼロを目指す日」です

内閣府

## 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 島 通子

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21年4～6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6月上旬に個別訪問面接により実施したものです。

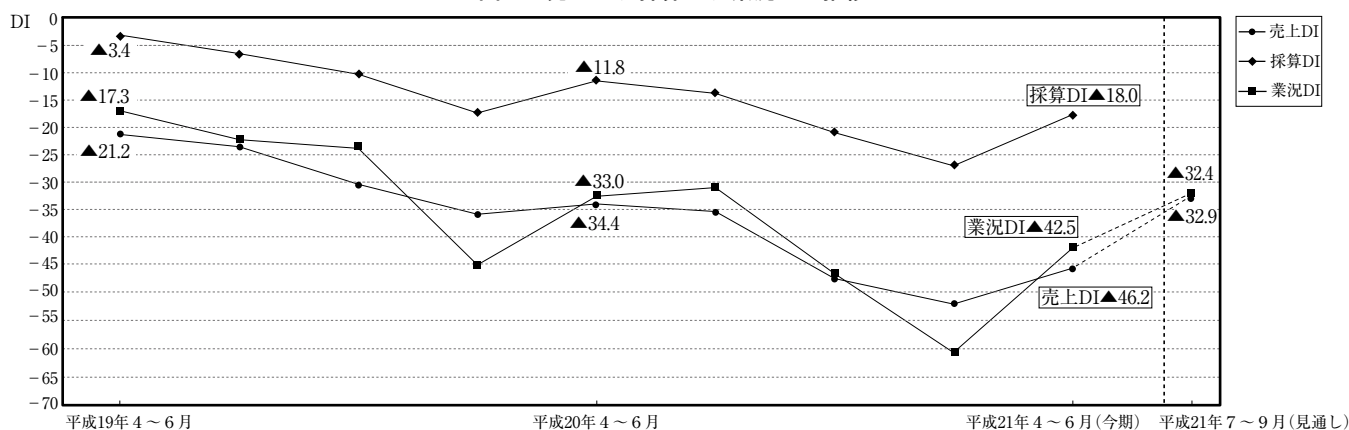
### ～厳しさが続く生活衛生関係営業の景況～

今期（平成21年4～6月期）の「売上」「採算」「業況」の各DIは、▲46.2（前期比6.6上昇）、▲18.0（同9.4上昇）、▲42.5（同19.2上昇）となり、3項目全てで前期に比べて上昇したものの、前年同期を大幅に下回っています。

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おり、生活衛生関係営業の景況は、厳しさが続いています。

※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



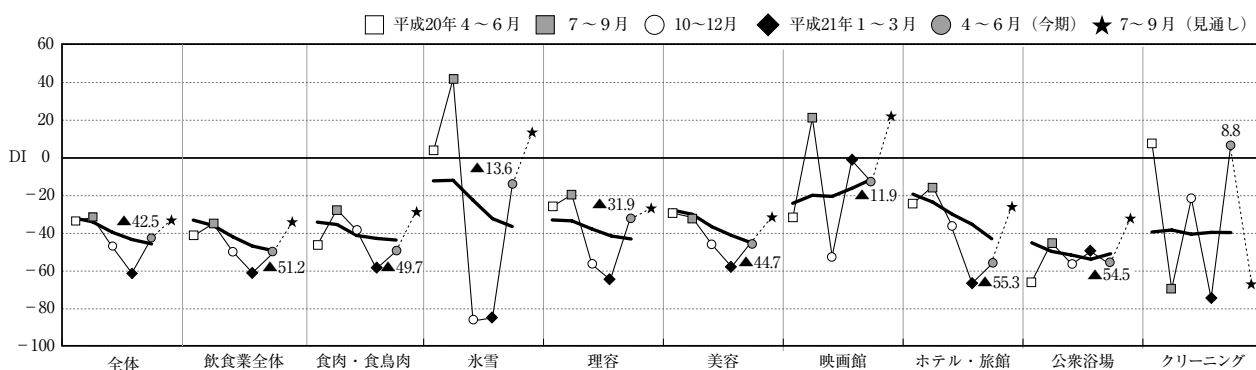
業況DIを業種別にみると、前期に比べ「映画館」「公衆浴場業」で低下した一方、他の7業種は上昇しました。

4期間移動平均でみると、「映画館」「公衆浴場業」を除き、他の7業種で低下しています。

来期の見通しは、季節変動の大きい「クリーニング業」で低下を見込んでいますが、他の8業種では上昇を見込んでいます。

※4期間移動平均とは、各調査時点を含む直前4期間の平均であり、季節変動の影響のない全体的な傾向をみるもの。

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

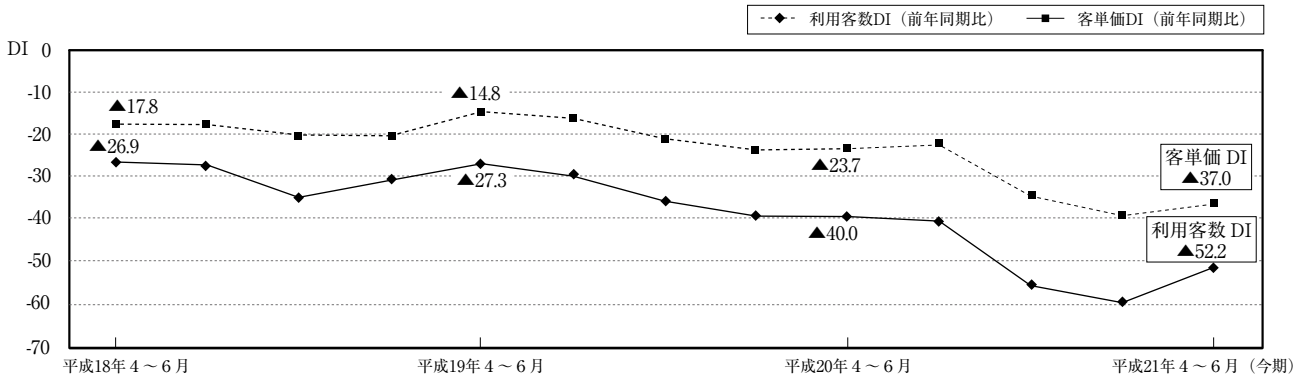


利用客数DIは、前期から8.5上昇して▲52.2となりましたが、前年同期に対しては12.2下回り、9期連続で前年同期の水準を下回っています。

客単価DIは、前期から2.8上昇し▲37.0となりましたが、前年同期に対しては13.3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。

※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～冷え込み続く生活衛生関係営業の設備投資

今期（平成21年4～6月期）に設備投資を行った企業の割合は11.5%と、前期（8.2%）に比べ3.3と大幅に上昇しましたが、前年同期に比べると0.1下回りました。4期間移動平均でみると、平成19年10～12月期以降、下降に転じてきていましたが、平成20年7～9月期から低下傾向が強まり、今期はほぼ横ばいとなりました。

業種別に設備投資を実施した企業割合を高い順にみると、「ホテル・旅館業」26.4%、「公衆浴場業」19.8%、「食肉・食鳥肉販売業」15.3%となっています。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」「映画館」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」の5業種でした。

図4 設備投資実施割合の推移

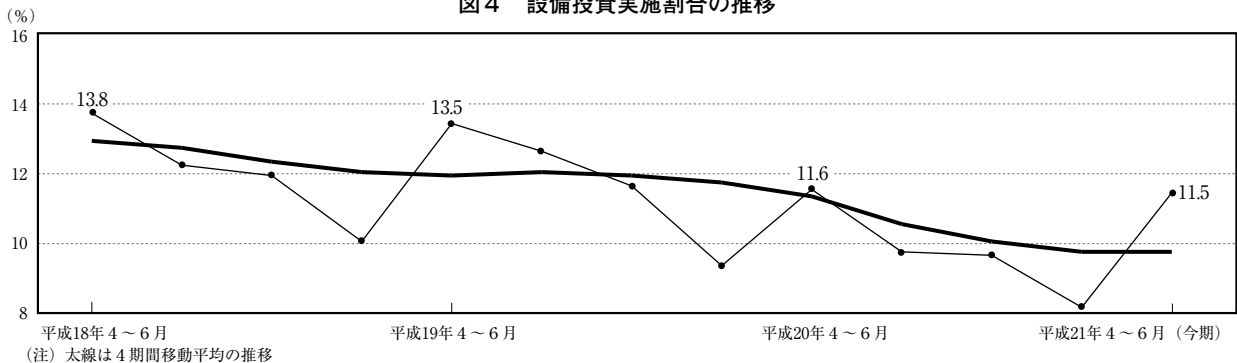
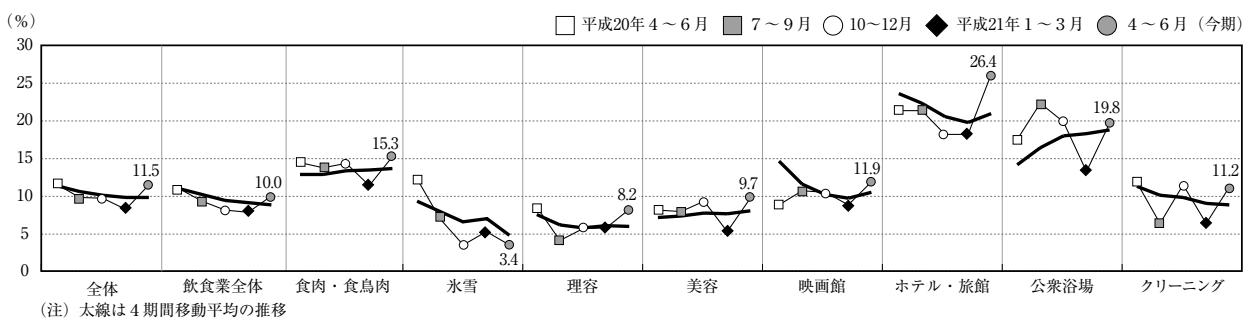


図5 業種別設備投資実施割合の推移



# 『契約トラブル110番』集計結果から

＜社団法人全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 原 まさ代＞

内閣府では毎年5月を「消費者月間」と定めています。当協会では1984年より、消費者月間協賛事業として「電話相談110番」を実施しています。今年も5月9日・10日の2日間「契約トラブル110番」をテーマに全国7か所で開催いたしました。

当協会は、平成19年11月9日に適格消費者団体として認定され、今後、一層、差止請求業務に力を入れていく必要があると考えています。そこで今回の110番では、個別の相談者の被害救済とともに、不当勧誘、不当契約条項、不当表示に係る相談を集約・分析して事業者に対して改善の申し入れを行うことなどとともに、関係行政機関・事業者団体等に問題を提起し、消費者被害の防止に寄与することも目的としました。

## 1 集計結果の概要

相談受付総件数は251件でした。そのうち苦情相談が235件（93.6%）、問合せが16件（6.4%）。相談者の性別では女性が51.4%で、男性の47.8%をわずかに上回りました。これに対して契約当事者は男性が53.8%、女性44.6%と逆転しています。

図1の契約者を年代別に見ると、30歳代が57人（22.7%）と最多で、次いで20歳代が48人

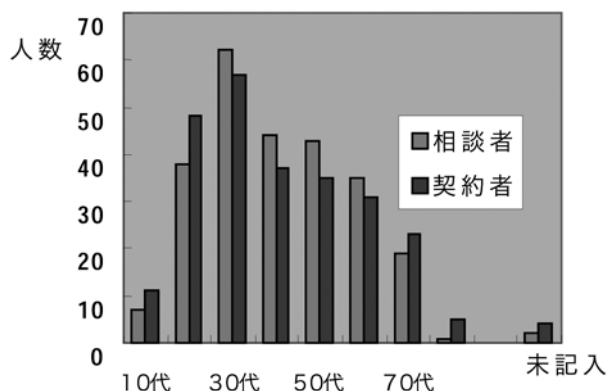


図1 相談者・契約者の年代

（19.1%）でした。昨年度・一昨年度の110番では高齢者の契約トラブルの相談が多くよせられました。今年度は若い世代の相談が目立ちました。

表1の商品・役務別では、アダルト情報サイトや出会い系サイトなどの「運輸・通信サービス」に関する相談が26.7%と最も多く、次いで賃貸住宅の敷金問題などの「レンタル・リース・賃貸」が13.5%、多重債務などの「金融・保険サービス」が10.8%となっています。

表1 商品・役務別分類

商品・役務別分類	件数	割合
A 商品一般	3	1.2%
B 食料品	6	2.4%
C 住居品	15	6.0%
D 光熱水品	1	0.4%
E 被服品	4	1.6%
F 保健衛生品	6	2.4%
G 教養娯楽品	17	6.8%
H 車両・乗り物	10	4.0%
I 土地・建物・設備	12	4.8%
J 他の商品	0	0.0%
K クリーニング	1	0.4%
L レンタル・リース・賃貸	34	13.5%
M 工事・建築・加工	11	4.4%
N 修理・補修	1	0.4%
O 管理・保管	1	0.4%
P 役務一般	0	0.0%
Q 金融・保険サービス	27	10.8%
R 運輸・通信サービス	67	26.7%
S 教育サービス	0	0.0%
T 教養・娯楽サービス	7	2.8%
U 保険・福祉サービス	8	3.2%
V 他の役務	12	4.8%
W 内職・副業・相場	3	1.2%
X 他の行政サービス	0	0.0%
Z 他の相談	5	2.0%
合計	251	100.0%

また相談内容をマルチカウントした結果からは、「解約したい」といった「契約・解約」

に関する相談が251件中214件（85.5%）、次いで「問題商法」「強引な勧誘」といった「販売方法」が103件（41.4%）でした。

## 2 主な相談事例

事例の中から、いくつか紹介します。

＜アダルト情報サイト＞ 完全無料となっていた携帯電話のアダルトサイトの年齢認証を入れたとたん、登録完了になり37,800円請求された。（女性 37歳）

＜賃貸アパート＞ 賃貸アパートを退去したが、タバコのヤニ汚れによるクロス張替え代を請求されている。（男性 42歳）

＜生命保険＞ 10数年前に団体扱いで保険料が安いといわれ契約した。ところが突然「行政指導で団体扱いが出来なくなった」と言われ、保険料が年1万数千円高くなった。契約条件を一方的に変えるのは納得できない。

（男性 73歳）

＜未公開株＞ バイオ燃料を研究している会社から未公開株を勧められて契約。代金を支払ったが株券が届かない。（男性 68歳）

＜多重債務＞ 同居人（男性）が7年前から借金を繰り返している。現在230万円の借入残があり返済が困難。整理する方法を知りたい。

（女性 26歳）

＜連帯保証人＞ 債権回収業者から弟の借金の連帯保証人として90万円（元金約10万円）の請求を受けているが覚えがない。（男性 60歳）

## 3 消費者契約法・景品表示法に基づく検討

（事業者の不当勧誘、不当契約条項、不当表示）

全相談件数251件のうち、消費者契約法に定める不当勧誘・不当契約条項、景品表示法に定める優良・有利誤認に該当すると思われる相談は30件（12.0%）ありました。1件の相談で複数の項目に該当する相談があるためマルチカウ

ントでは43件となりました。内訳では「不実告知」が11件と最も多く、「信義誠実の原則に反して消費者の利益を一方的に害する条項」10件、「不当に高額な解約損料」9件と続きます。

### (1) 不実告知に該当すると思われる事例

＜地震保険＞ 担当者は30年物の積み立て型地震保険付月払いの商品しかないと言ったのでそれにした。翌年に多くの種類があるとわかり、年払いに変更した。保険料支払いが負担なので掛け捨てタイプに変えたいが中途解約によるデメリットが不安。（女性 60歳）

### (2) 信義誠実の原則に反して消費者の利益を一方的に害する条項と思われる事例

＜賃貸アパート＞ 6年住んだ賃貸アパートを退去したが敷金以上のリフォーム代を請求されている。契約書には「退去時の敷金精算の計算方法は家主に一任」と書いてある。

（男性 34歳）

### (3) 著しく優良・有利であると誤認される表示に該当すると思われる事例

＜中古車＞ ネット広告で見つけた中古自動車、2年車検付きとあったが実際は別料金で12万円も高くなった。（男性 36歳）

## 4 消費者契約法の見直しに向けて

寄せられた相談251件のうち見直し項目に該当する相談事例は40件、各項目別マルチカウントでは53件でした。

「契約内容や契約条件に関する情報提供または説明が不十分」、「不招請・販売目的隠匿勧誘、電話などによる勧誘」に該当する相談事例等を今後、さらに検討していく予定です。

# 連合会は今

## 全国社交飲食業生活衛生同業組合連合会

東京都中央区銀座7-12-6  
トキワビル7階  
会長 濱田 康喜氏  
専務理事 町田 宏之氏  
事務局長 猪俣 伸介氏  
職員数 2名  
URL <http://www.zensyaren.or.jp/>



濱田康喜会長

### ■モバイルサイト情報提供事業を推進

このような沈滞ムードを打破するために、業界全体の活性化が大きなテーマとなっている。「まずは、組合運営においてリーダーシップの取れる人材確保が不可欠」と力説する濱田会長。教育事業を強力に推進し、次世代を担う後継者育成にも繋げていきたいという。

そこで、年1回開催している研修会において、例えば平成20年度には組合の意義など基本的なことを学ぶとともに、組織強化・活性化推進事業の一環である「モバイルサイト情報提供事業」の教育研修を実施。次世代を担う青年部組合員と事業の基点となる事務局員を対象に、各県から2名の組合代表者が集まった。

経営環境が厳しい中で、高い広告費をかけて集客に努めてもその効果に保証はない。そこで、いかに広告費をかけず集客に結びつけることができるかということ「モバイルサイト情報提

全国社交飲食業生活衛生同業組合連合会（以下「全社連」と表記）は昭和42年に設立され、現在38組合、34,500名の組合員数で構成されている。

「全社連」は、バー、スナック、クラブ、キャバレー、居酒屋、カラオケ店、料理店の他、これらに類する飲食業を含んだ実に幅広い業種を擁している。各生活衛生業それぞれに特性はあるが、「全社連」の場合、生活衛生関係諸法はもちろん、風俗営業、音楽著作権など多岐にわたる法令との関わりがあるため他にはない特有の課題を抱えている。

その中で、衛生施設の改善向上や経営の健全化と振興に努め、業界の活性化を図ることで、地域の活性化・治安維持、そして消費者利益を目指して組合活動を行っている。

### ■「組織拡大・1,000店運動」による新規入会獲得に全力

長引く経済不況の下、景気が上向きつつある業界もあるといわれているが、「全社連」においては未だ好転の兆しはないという。ここ数年は、年ごとに組合員が減少。その歯止めとして

平成19年度より新規入会を促す「組織拡大・1,000店運動」を実施している。

事業開始初年度から1,000店舗以上、昨年度は1,452店舗にも及ぶ実績を挙げ、毎年目標を達成しているが、昨年度は新規加入を上回る3,116店舗の廃業・退会が相次いだ。その背景には、経済不況直撃による厳しい経営環境が続き、廃業を余儀なくされる店舗と組合員の高齢化が影響しているという。

この状況を受けて濱田会長は、「この運動を継続していなかったら、もっと組合員数が減っていたわけです。今後も加入促進に全力を挙げて、歯止めをかけたいと思っています」。



生活衛生振興推進事業研修会（今年2月3日・都内のホテルで）(写真①)と同研修会の講義内容を綴った平成20年度の報告書（同②）



# 組織活性化を目指し、各種事業を積極推進

供事業」に取り組み始めた。パソコンのホームページは、パソコンがある所でないとはアクセスできないが、携帯は電波が届く範囲であればいつでも利用できる。そして今や携帯は、誰もが持っている時代。伝えたい情報をいつでも瞬時に送ることができる実に効率の良いメディアである。

例えば、QRコードを携帯で読み取って顧客登録し、各種サービスを配信してお店に足を運んでもらう仕組みを作ることできるし、各県の組合支部の携帯版ホームページにアクセスし、各店舗の情報を閲覧してサービスを利用したり情報配信を受け取る登録をすることもできる。1度登録すれば、お得なサービスをいつでも瞬時に送信できるため、宣伝・集客に大きな効果が得られ、リピート率も高くなる。

「すでに8県がサイトを立ち上げて、実績を積み上げつつあります。今後もさらに事業を後押しして、全県が立ち上げるまで努めたいと思っています」と語る濱田会長。組合員店舗・組織の活性化に貢献する事業として大きな期待が寄せられている。

## ■「緊急保証制度」の対象業種を目指して

未曾有の経済危機を背景に、セーフティネットの抜本的な

拡充が見直され、昨年10月31日から、保証枠を拡大する「緊急保証制度」が始まった。しかしながらバー、クラブ、キャバレーなどは、風俗営業の許可取得者のため、この制度の保証対象業種から除外された。

濱田会長は「我々の業界は、飲食業の許可の他に、風俗営業者の許可を取得して、遵法営業に徹している店舗が数多くあります。しかし2つの許可を得て、遵法営業をやっているばかりに不利益をこうむっている。不公平ですよ。この扱いは納得がいかないため、今年1月、中小企業庁に保証指定業種としての認定を訴えましたが、残念な結果に終わりました」と語る。

制度対象者は、信用保証協会が100%債務を保証するため、金融機関からの融資がスムーズに行われる。「このような経済状況の中でも、遵法営業を行うため真摯に取り組んでいることを訴え、業界の社会的地位向上のためにも、引き続き保証対象業種の認定を強く要望していきます」と訴えている。

## ■地域の治安維持と活性化に貢献

「全社連」の組合員店舗は、繁華街での営業が多く、地域と深く関わっている。その中で衛生水準の向上に努めるのはもちろん、お客様が安全・安心に過ごすための治安維持も不可欠となる。



組合加入の勧誘パンフレット

その一環として平成17年に発足した「全社連暴力団等排除対策協議会」の活動を継続的に推進し、消費者擁護に努めている。また、地域の活性化において、消費者サービスの一環である「ドリンクラリー」を各地で開催。毎回好評を得て恒例化されている県や支部もあり、商店会や商工会議所等との共同企画に発展し、大きなイベントへと広がりをみせている。

## ■組合員の幸せと組織活性化のために

景気回復への糸口を求めて未だ模索している状況だが、「全社連」は一丸となりこの難局を乗り切りたいという。

濱田会長は今後について次のように話す。「課題は山積ですが、継続事業をさらに強化し、人材育成や集客による組織活性化を図っていきます。また、緊急保証制度の改善要求や地域の防犯に努めるなど、組織の未来と活性化、そして組合員1人1人の元気を支援するために、1つ1つ確実に解決していきたいと思っています」。

# せいえい 掲示板

## ♠ 「日本の宿 おもてなし検定」 第1回初級試験実施



「日本の宿 おもてなし検定委員会」は、日本旅館の接客サービスの向上と継続的なサービスのレベルアップ、旅館業界の

人材確保・人材育成・働く方々のモチベーションアップ、海外からのお客様対応・スキルの向上を目的として、国際観光旅館連盟、日本観光旅館連盟、全国旅館生活衛生同業組合連合会、JTB協定旅館ホテル連盟の共同で設立された。

その第1回初級検定試験が、6月22日から7月10日まで、インターネットによるWeb試験として行われた。

試験は、初級公式テキストの「おもてなし知識編」「おもてなし実務編」から60問が出題され、45分間で解答。合格ラインは正解率

80%、48点以上(60点満点)。

対象は、日本国内の旅館・ホテル従業員(フロント・接客業務などお客様と直接対応しているスタッフ)やそれらの職業を目指している人向けとしているが、だれでも受験ができる。

受験申込者は、北海道から沖縄まで全国で2,868名。実際に受験した2,745名のうち、2,223名が第1回初級検定試験に合格した。合格者には、「日本の宿 おもてなし検定」初級合格証と合格バッジが贈られた。

「日本の宿 おもてなし検定委員会」では、現在「中級公式テキスト」を作成中で、2010年6月に第2回初級試験と第1回中級試験を予定している。実施要項などは公式HPに決定次第掲載される。<http://omotenashi-kentei.jp/>

全国旅館生活衛生同業組合連合会「宿ネット」URL=<http://www.yadonet.ne.jp/>

## ★ 求む 理容店のPOPイラスト

全国理容生活衛生同業組合連合会(全理連)は、街の理容店に掲示するPOP広告に活用するイラストを募集している。

カットや顔剃り、シャンプーなどのイラストから“サッパリ”や“癒し”などのイメージイラストまで、「理容店のPOP広告に使えるかな?」というものならなんでもOK。

最優秀作品には、賞状と副賞(10万円)が贈られる。募集期間は平成21年10月31日(必着)まで。応募方法など詳しいことは、全理連「POPイラスト」係(電話03・3379・4111)へ。

選考会は11月に開催予定。直接入賞者に通知し、賞状、副賞を送付する。

全理連ホームページ=  
<http://www.riyo.or.jp/>

## ツイッターって何だ？

ことができる。実際、「今帰宅」とか「お帰り」

最近、情報関係のニュースで「ツイッター(Twitter)」という言葉がよく聞かれるようになった。ツイッターはアメリカ発の投稿・閲覧サイトで、「つぶやき」という意味のマイクロ

ブログの一種。このツイッターの魅力は「ゆるいコミュニケーション」にあるが、その「ゆるさ」ゆえに時には思わぬ力を発揮し、国内を、あるいは世界を駆け巡って影響力を発揮する点に注目が集まっている。

◇  
ブログやSNS(コミュニケーション型のウェブサイト)は読者が増えてくると質の高い情報をアップしなければならず、コミュニケーション疲れから更新意欲が失われがち。  
その点、ツイッターは最大140文字の短いメッセージを交換し合い、しかもその時に思ったこと、していることを、まるでつぶやくように気楽に書き込み、気になった情報を発信する相手だけに「返事」を書く

など、日常会話のようなやり取りが多く見られる。

ツイッターの特徴は「フォロワー」と呼ばれる機能を備えていること。自分の知人や興味を持った相手を継続的に追いかける、そのつぶやきを自動的に受信できる。この特性を使い、情報提供やコミュニケーションの手段として、有名人やマスコミ、

## リアルタイムのミニブログ

## 手軽さで世の中動かす

企業も利用し始めている。

ツイッターを上手に活用した例としてもっとも有名なのがバラク・オバマ大統領。ITに強く、ツイッターやSNSを駆使して大統領選を勝ち抜いた。

大統領選の結果を巡って混乱が続いたイランではツイッター利用者が情報統制をかいぐぐり、抗議メッセージを世界に発信しつづけた。

今夏の衆院選では候補予定者

がツイッターを利用。ある自民党の前衆院議員は麻生前首相が衆院解散の決意を表明した自民党両院議員懇談会にパソコンを持ち込み、首相らの発言をその場で投稿し、5000人弱の人たちに情報を届けた。

「今、有楽町マリオン前で街頭演説しています」とツイッターに書き込むと、携帯やパソコンを通じて、すぐに有権者から「頑張ってください」と反応がくる。国政に関する「井戸端

会議」的な意見交換やマニフェストに関する質疑など、

1日に数十件の書き込みも珍しくない。

こうした「現場」からの政見報告や井戸端会議的なフォローが、ITに強い若年層を投票所に足を運ばせるきっかけになる可能性もある。

ただ、こうした選挙に関する情報発信は、ツイッターに限ったことではないが、公示日を境にできなくなる。公職選挙法で「法定以外の文書の頒布」とし

て禁じられているからだ。「公示後に政治状況が変化しても、有権者は有効な判断材料が得られない」と解禁を求める意見も強い。

◇  
興味を持った方は、まず誰かを「フォロワー」することから始めてみては？ 最初は日本語で、慣れたら英文のツイッターにも手を広げてみよう。英語の文章も、長文のブログほどには判読に苦労しない。あなたの「つぶやき」が思わぬ形で国内を、世界を駆け巡るかも…。



<http://twitter.com>

# 再考 和のこころ

世相ウォッチャー 更科 ケイ

## 付け焼き刃では

## 身につかぬ商いの心

日頃の鍛錬で養う第六感

人には視覚、聴覚、臭覚、味覚、触覚の五感がある。これに加え、理屈では説明できない本質をつかむ感覚、第六感というものもある。この第六感は、常日頃から五感を磨いていくうちに養われ、いざというときに働くものらしい。

江戸しぐさのなかには、「ロクを養い、ロクを利かす」という言葉がある。江戸の人たちは、朝、その日に起こることを想定し、夜はその日を振り返って無事を感じるといって一日を送っていたという。これがロクを磨くコツだと説いている。

現代では、さまざまな分

野の研究者が、それが解明できなかった問題がある種

のひらめきで解決に導かれるという研究結果を発表している。膨大な古文書を読み解き、場所を特定して発掘をする考古学上の発見などはまさにそうだろう。また、芸術分野では、作者のひらめきによって傑作が生まれることもある。彼らも、日頃から研鑽を積んでいるからこそ、ロクを利かすことができたのだろう。

ロクを養い商いの心を会得 江戸の商人は、「商いは飽き（秋）ない。春夏冬、ますます繁昌」と、自らを律していたという。お客様が来てくださるから店を構えていられる、お客様の気持ちをそらさないようにす

ることが一番だと考えていた。

その心構えが、っいらっしやいませ」という言葉に凝縮されている。常連客も一見の客も関係なく、お客様を気持ちよくお迎えするひと言だ。しかし、ロクを養っていないと、同じっいらっしやいませ」でも投げやりに聞こえたり、ただの大声だったりもする。

さらには、お客様がほしい商品をきらしていた場合、「あいにくですが、只今きらしています」とかわる。このときの申し訳なさを表現する江戸しぐさに、「おあいにく目つき」というものがある。店の無調法を目で表現してわびるということらしい。「目は心の鏡」という言葉があるが、まさにそれだ。

その上で、物品であれば「〇月〇日頃には入荷する予定ですが、お急ぎでしょうか」、「至急、取り寄せますが、いつ頃までお待ちいただけますでしょうか」と、気を配る。飲食店であれば、お客様の好みを推察して「同じような料理で、〇〇がありますか」がでしうか」と、提案する気配りがほしいところだ。

そこまでの気配りがあれば、お客様も諦めがつく。そんな店をこれからも利用したいと思うだろう。





# いつつもかあさん、ときどきライター



## 愛情いっぱい

## お弁当の真実

2学期が始まると同時に、我が家の家庭内人口密度が激減し、ひとりの喜びが身にしみる今日この頃だ。狭いリビングに家族5人がゴロゴロしているだけで暑苦しく、床には消しゴムのカスや砂、鮭フレークのかけらならましな方で、納豆の粒や娘の飼っているハムスターのフンなど、信じられないものを踏んでしまった日には、もはやくつろぎの場どころか修羅場。「俺が取つといたアイスがない！」との声が上がれば、たちまちそこは法廷と化す。被疑者はたいてい中1の次男で、「俺ちゃうわっ！」と激怒してみせても、自室のゴミ箱からアイスの包装紙と棒という動か

ぬ証拠が挙がり、「次のアイスはお兄ちゃんに渡しませ」と拇印つき念書を取られたり…。

ところが今年は、新学期の定番である「学校給食のありがたみに感謝」の念が薄い。次男が中学生となり、給食の恩恵を受けられるのは娘だけ。長男と2人分の弁当作り業務が再開したためである。夏休み中の昼食は、冷凍ピラフ・レトルトカレー・カップ麺の三択を回していたので、つらさがお身にしてみる。

兄と弟、食べ物の好みが正反対の弁当2個というのが頭痛のタネ。兄は何にでもケチャップ・マヨネーズたっぷりの「お子様舌」で、当然、野菜は大嫌い。弟は

激辛の香辛料もいけるし、自分で育てたキュウリに塩をかけて丸かじりするような粋なヤツなのだが、「冷凍食品は入れないで」「野菜も入れて」と上から目線で注文(怒)。ヘルシー志向の中学生つて、アンタ何様？

兄用から揚げを作り、弟用に野菜に肉を巻いて焼き、すき間を埋める定番・プチトマトも兄には使えないので粉ふきいもを作り…。毎朝、鬼気迫る妻の後ろ姿を見せられている夫は、「嫌いなものでも入れたら食べるやろ」と言う。

甘いつ！帰宅した兄の弁当箱には、入れたはずのないカボチャの煮物やピーマンの炒め物(明らかに肉だけ食べた残り)が、なぜか



なぜか我が家の長男だけには吠える近所の利口な犬

いつも入っている。友達も石田君にとっても美味しいおかずを分けてもらおうと、カボチャやピーマンが強制的についてくるのだという。もらったところで食べるはずもなく、私の怒りと共にゴミ箱直行というわけだが、下手に野菜を入れると、誰かのお母さんに迷惑をかける事態になりかねない。「うちの子は食べ残しナシの良い子」と信じておられる賢父・賢母の皆さんも、一度、疑ってみる事をお勧めする。

こんなに息子たちの弁当に尽くしているのだから、たまに主婦どうしでホテルのランチバイキングに行ってもばちは当たらないと思うのだが、どうだろうか。ちなみに夫は早く済ませたいとの理由で、げんこつ大のおにぎり1個。愛情以外に手間もお金もかからない、自慢の夫である。

(フリーライター

佐藤 カラル)



# マークご存じですか？

**S**afety

**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。

**S**tandard

**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。

**S**anitation

**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覽

H21.9.1 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、9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

9月号 平成21年9月発行 通巻387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。