

生衛ジャーナル

「広げよう

元気の輪、地域の輪」

2009 **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は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 コラボレーション	
総論	2
お店探訪	3～9
特相員だより	10
融資トピックス	11
秋の叙勲・褒章受章者一覧	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・全料連編	20～21
ほっとブレイク	
再考 和のころ	22
いつもかあさん、ときどきライター	23
Sマークのページ	24



滋賀県 金剛輪寺
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

「日本の宿おもてなし検定委員会」事務局

社会や生活全般（衣食住）の「グローバル化」「IT化」が進行する中で、日本の伝統文化を受けつぐ数少ない空間の一つが日本旅館です。この日本の宿のサービスの原点である「おもてなし」を磨く、業界資格として「日本の宿おもてなし検定」を立ち上げようと平成20年11月に、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が共同して「日本の宿おもてなし検定委員会」を設立しました。

この検定は、接遇による「おもてなし」の標準化とその水準を高めることにより、旅館業界のサービスレベルの向上や人材育成・人材確保・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など、スキルの向上などを目的にスタートしました。

まず、平成21年6月22日～7月10日に、第1回初級試験を実施しましたが、旅館で働く人が受験しやすいよう、パソコンから受験できるWeb試験（問題数60問、試験時間45分）を採用しました。

試験問題は、平成20年12月に完成した「日本の宿おもてなし検定初級公式テキスト」のおもてなし知識編と実務編から出題され、北海道から沖縄まで全国の2,745名（申込者数2,868名）が受験されました。注目の合格率（正解率80%以上）は81%となり、合格者2,223名には写真の初級合格証と合格バッジが贈られました。

受験申込者の属性を見ますと、女性が63.7%、男性36.3%で、職業別では「宿泊業・接客」



初級合格証の表と裏



「おもてなし検定」の合格バッジ

「おもてなし」向上を目指して

46.2%、「宿泊業・フロント」33.6%、「宿泊業・その他」15.4%と「宿泊業」が約95%強を占めました。この受験をきっかけに、「サービスレベルの向

上を図ろう」「もう一度サービスの原点に戻ろう」と女将さんを先頭にスタッフ全員で取り組んだ旅館も数多く見られました。

「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、接遇最前線で活躍中の女将さんや接遇スタッフ・幹部社員の方々との議論を重ね、年内にも完成します。平成22年6月に第2回初級試験と同時に第1回中級試験を実施する予定です。

今後は、「おもてなし検定」を通じて、日本旅館をご利用いただく内外の多くのお客様にご満足頂けるように、日本旅館特有の「おもてなし」のレベル向上に少しでも貢献ができればと思っています。

実施要項などは公式ホームページに決定次第掲載されますので、奮ってのチャレンジをお待ちしています。

<http://omotenashi-kentei.jp/>

目的・手段・成果などの事前検討が不可欠

リーダーに求められる参画者との入念な協議

じっくり“醸成”、一つひとつ成果確認

日本大学経済学部講師 池田 光男

今号の特集のテーマは「コラボレーション」である。コラボレーションとは、複数の企業や人によって行なわれる協調、協力、共同作業などを意味する。コラボレーションに不可欠な条件としては、目的を定め、手段を決めて取り組み、成果を上げることが指摘できる。

「お店探訪」の3事例からこれらを具体的に見てみよう。

福岡市内の公衆浴場「大手門浴場」は“協調”の事例である。福岡市浴場組合の提案に協調し、福岡市のジョギングの名所である大塚公園の近くという地の利を活かし、ジョギング愛好者に銭湯を開放している。また、組合の主導で高齢者の健康増進を目的に、県内全部の銭湯が輪投げ用具を設置する企画にも協調している。いまや県下の浴場ごとの入浴客から選ばれた代表選手による「輪投げ大会」を開催するまでに盛り上がっている。

次は「共同作業による協力体制」を軸にした地域再興の事例である。千葉県市川市の「菊寿司」の店主は、地元の名刹・正中山法華経寺の門前町の寺町風情を取り戻すための4者協議会のメンバーとして活躍している。また同会の朝市部会長として農家との連携にも取り組んでいる。両方とも現在の商売に直結しないが、将来の地域発展には、まず地域に活力を取り戻すことが先決と協力を惜しまない。

最後は「協賛」による新商品開発の競合事例である。和歌山市内にある「ホテル アバローム紀の国」では、市内5つのホテルと協賛して、

県産食材を生かしたランチをホテルのレストランのシェフが技を競う企画に参画している。目的はホテル同士のライバルが競争することで、地元への集客力を高めることにある。

協調、協力体制などを築くには、まとめ役のリーダーの存在が必要である。リーダーは参画者の選別、共通の目標やニーズの選択と趣旨の説得、成果の予想などを入念に検討しなければならない。また参画者同士は情報の交換を行ない、とことん話し合いをすることが望ましい。そこからお互いの信頼関係と方向性が生まれる。「菊寿司」の店主は、協力体制を築くためには、人と人とのつながりが重要であることを強調している。

また、成果を急がないことが大事だ。コラボレーションの多くは地域活性化など成果がすぐに現れないものが多く、短兵急に結論は出ないからだ。一つひとつじっくりと取り組むことが肝要である。

協調に不可欠な目的、手段、成果の事前検討



賛同者間の話し合いで共通認識を持つことが大事



じっくりと育て上げる心構えで、成果を一つひとつ確認

「大手門浴場」

住所：福岡市中央区大手門3-2-23

代表者：中山 恭子さん 電話：092・721・0087



銭湯がジョギング支援

「ジョギングでいい汗をかき、ひと風呂浴びれば、爽快感もダブルです」——。福岡市の浴場組合がこんな新サービスを展開して仕事帰りのジョギング愛好者たちに喜ばれている。名付けて「スポーツ応援銭湯」。440円の入浴料のみで着替えの場所やロッカーを気兼ねなく使え、清しい風呂上り気分帰宅できるのが魅力。同市内きってのジョギングの名所・大濠公園に近い「大手門浴場」を訪ね、経営者の中山恭子さんにお話をうかがった。

「スポーツ応援銭湯」の通常の利用スタイルは、仕事帰りや休日に銭湯に行き、脱衣場でランニングウェアに着替えてロッカーのカギを番台に預け、お目当てのコースに向かう。1～2時間走ったら銭湯に戻って汗でぬれたウェアを脱ぎ、風呂場に直行するという流れだ。

「大手門浴場」のある大手門3丁目は町名の



「大手門浴場」の入口

示す通り藩政時代の町の中心地。東西に走る明治通りのすぐ南側に福岡城跡や大濠公園を含むグリーンベルト地帯が広がり、一周約2kmの池がある大濠公園まで約500mと、ジョギングの起点として恵まれた位置にある。

このアイデアは、全国公衆浴場業生活衛生同



番台の中山恭子さん

業組合連合会の副理事長も兼務する福岡県公衆浴場生活衛生同業組合の中島勝美理事長が中央の役員会に出席して、東京では数軒の銭湯がジョギングランナーに利用されていることを耳にしたのがヒントになった。中島理事長はさっそく皇居近くの銭湯で実情を調べ、「これならいける」と福岡市浴場組合に提案。加盟浴場はポスターを作成して、平成19年1月から足並みをそろえてキャンペーンを開始した。

利用者からは、「街のコインロッカーを探す

手間、トイレなどで着替える肩身の狭さから解放されるのが一番のメリット。その上、汗も流して帰るので、気分は最高」という反応が返ってくる。

では、営業への効果の方はどうか。

中山さんによると、「番台でカギを預けられ、初めて『あ、スポーツ応援銭湯のお客様』と気がつく状態で、数字的には分かりません。1週間に10人とまではっていないと思います」とのこと。

訪れるランナーは単独が多いが、2～3人のグループのこともある。ただ今年1月5日には仕事始めを終えたジョギンググループの13人が押しかけてランニングの後に「とそ湯」にひたり、湯上りの休憩室がにぎわった。この時は新聞にも大きく取り上げられた。

「何人でも新しいお客様に来ていただくと本当にありがたいです」。中山さんの言葉から、1日の入浴者が20人そこそこの苦しい経営を続けている実感が伝わってきた。

取材に訪れたのは9月の大型連休「シルバーウィーク」の最終日だったが、運よく開業時間の午後4時過ぎに入ってきたランナーと出会え、「スポーツ応援銭湯は、じわり浸透している」と感じた。

かつて地域の健康づくりやコミュニケーションの拠点だった銭湯は全国的な減少が続き、福岡県も昭和50年に755軒あった銭湯が現在、10分の1以下の72軒。福岡市内も125軒から21軒（うち1軒は休業中）に減った。

一番の理由は自家風呂の普及で、「その他の銭湯」と呼ばれるサウナやスーパー銭湯の増加も追い討ちをかけた。また最近では、経営者の高齢化・後継者難による廃業がめだち、銭湯の存続はぎりぎりのところに来ている。

これに対して中島理事長は、「社会



入口に張られた「スポーツ応援銭湯」のポスター

の変化とはいえ、銭湯が消えれば、地域交流の場がなくなるだけでなく、お年寄りをはじめ明日から困る人たちが出てくる。絶対残さなくてはなりません」と訴えてきた。

このため、子どもの日の「しょうぶ湯」、冬至の「ゆず湯」は無論のこと、勤労感謝の日の「3世代親子交流福祉入浴」、それに毎月イベントとして、夫婦連れは500円に割り引く「ふうふの日」(22日)、65歳以上の高年者に午前10時から無料開放する「フロの日」(26日)など、銭湯離れを防ぐあの手この手のサービスに知恵を絞ってきた。

とりわけユニークなのは高齢者の健康増進を目的とした県内全銭湯の輪投げ用具設置。これを発展させて毎年、福岡市民体育館で各浴場の代表選手が技を競いあう「ふれあい入浴輪投げ大会」の開催は、全国から注目される高齢者の福祉・健康づくりイベントとなっている。

その中で、新しいスポーツ応援イベントは、従来型の銭湯離れに歯止をかけるイベントとは一味違い、全く異なる利用者の発掘や銭湯



ランニングウェアに着替えて、「大手門浴場」をスタートするジョギング愛好者

の役割を狙った点が目新しい。140万都市の福岡市はジョギング愛好者の層も厚く、組合加盟の銭湯の期待は大きい。

また、中島理事長は「営業時間の関係で難しい面もあるが、少年野球やサッカーチームの子どもさんたちなどにも利用していただけるような方策を考えたい」と話している。

先ほど入って来たランナーは、さっそくランニングウェアに着替えてカギを預けると、

入り口の床に腰を下ろしてシューズの紐をきゅっと結び、「40歳代のサラリーマンです。シティーマラソンが近いので」と言い残して暖簾をかき分け、さっそうと走り出した。銭湯の店先に今までなかった新しい風景が生まれている。思わず「ランナーも銭湯も頑張れ」とつぶやいた。



更衣場で輪投げの練習をする入浴客



県内の銭湯が福岡市民体育館で開催する浴場対抗「ふれあい入浴輪投げ大会」

地域4団体で寺町再興



木製の統一看板を掲げる「菊寿司」

千葉県市川市中山は、JR下総中山駅を起点に名刺・正中山法華経寺まで伸びる中山参道をかかえる門前町だ。参道は市川市と船橋市にまたがり、参道のほぼ真ん中に位置する京成中山駅から正中山法華経寺の仁王門までの約200mが市川市の行政区。この市川市側の参道に寺町の風情を再現しようと、市川市・中山町会・正中山法華経寺・商店会が手を組み「中山参道地区街なみ環境整備事業」を展開。平成22年秋の完成を目指し着々と工事が進められている。

正中山法華経寺は、鎌倉時代に創建された日蓮宗の大本山。昔は、お祭りがあると本堂の前から参道沿いにずらりと屋台が並んだという。「菊寿司」2代目の落合秀夫さんが小学生だった昭和40年代までのことだ。それ以降、レジャーの多角化によってお祭りのお客様が少なくなり、露天商の人たちも儲からないと年々店を出さなくなった結果、最近では5～6軒の屋台しか出なくなってしまった。参道

に並ぶ商店も、年々シャッターを閉めるところが増え、町に活気がなくなってきていた。

そこに、中山参道の本下水道工事の話が持ち上がった。市川市は、この工事を契機に中山地区で町おこしができないかを考えていたようだ。この地区は、市川市と船橋市の境にあるため、これまで行政の目が行き届かなかった。そこで、工事と町おこしを連動させ、住んで楽しい町、生活しやすい町を作っていこうと事業の機運が盛り上がった。

平成16年2月、第1回「なかやままちづくり協議会」を市川市・中山町会・正中山法華経寺・商店会の4者で開催。スタート当初から正中山法華経寺の大祭に合わせて年2回、骨董市を開いている。10回目となる今年からは朝市も出すようになった。骨董市には約70軒の店が出るという。朝市は町づくり協議会の中に朝市部会を立ち上げ、地元の農家に声をかけて野菜や鶏卵を売っている。中



こだわりの手作り卵焼きを前にした落合秀夫さん

山参道商店会副会長を務める落合さんは、朝市部会長も兼任して農家の人たちとの連絡係もこなす。

「商店会副会長や朝市部会長は、店に関係ない活動が多いんです。でも、急がば回れでお客様にたくさん来ていただければ、店のお客様も増えると期待しているのですが…」と、まずは地域に活気を取り戻そうとがんばっている。

参道の商店会は、一番多いときで約80軒あったが、いまでは30軒しかない。シャッターを下ろした店も多いが、これまでの活動で町おこしの話を聞いてくれるようになり、事業にも協力的に

なってきた。現在、電線の地中化工事が終わり、参道の片側だけは街灯を民地に移動させた。これからもう片側の街灯を移動させ、側溝をU字溝からL字溝にする工事がスタート。同時に、ガス管などの工事も進められている。

参道の地盤関連の工事が終われば、石畳風の路面を舗装する。石畳風というのは、半たわみ舗装といい、コンクリートとアスファルトを混ぜたもの。この表面に切れ目を入れると自然石を敷いたようになるという。ここまでの工事は今年度中に終了する予定だ。

すでに昨年終了した各店舗の木製看板の取り付け、これから始まる正中山法華経寺の総門「黒門」の解体修復が終われば、来年秋には寺町の風情がかおる中山参道が誕生する。そこに落合さんのバラン芸術が融合すれば、参道の風情に味わいを増すだろう。

落合さんは修行した銀座の寿司店でバランの切り絵を習った。「店の花板さんがやっていて、これをやれば女の子にモテると言われて始めたんです」と、落合さん。これまで、季節ごとの風物詩的な題材や藤娘など、繊細な線を見事に切り取った作品を残している。最近、海外からのお客様が来ると、笹の葉で



正中山法華経寺の五重塔
(国指定重要文化財)



正中山法華経寺を背にして望む参道

簡単に時代劇に出てくる旅姿の男性や三味線を持った女性を切って出すという。

もう一つ、「菊寿司」は寿司職人としての仕事へのこだわりが人一倍ある。既成の卵焼きを仕入れる店が多い中でも手作りにこだわり、魚の仕入れは仲買人とのつながりにこだわる。落合さんは毎朝、携帯電話で仲買人に連絡を入れ、めぼしい魚の写メールを送ってもらう。その中から、これはと思うものを選んでとっておいてもらう。そうしなければ、時化しげのときなどは魚がなくなってしまう。時間が勝負だという。

落合さんは「やはり人と人がつながっていないとだめです。それが町おこしにもつながるところがありますね。デジタルを使っても、アナログなつながりがないと商売はやっていけません」と、仕事へのこだわりを話す。



落合さん作バランの切り絵「藤娘」

和歌山の食文化を発信



市の文化ゾーンに建つ
「ホテル アバローム紀の国」



ホテル最上階の「ツインバード」からは、和歌山城や海を一望できる

紀伊半島の南西を占める和歌山県は、黒潮が運ぶ温暖な気候と海の幸、豊かな山林がはぐくむ山や川の幸に恵まれた食材の宝庫。県都・和歌山市には、これら新鮮な素材が日々寄せられ、様々に調理されている。この豊かな「和歌山の食」を、一つの文化と位置づけてアピールに努めているのが、公立学校共済組合和歌山宿泊所「ホテル アバローム紀の国」（以下「アバローム紀の国」と表記）だ。

南海和歌山市駅からバスで約15分。「アバローム紀の国」は、県庁の南、県民文化会館のすぐそばに建つ。平成11年9月、「紀の国会館」にかわる宿泊所として、地上11階建てのシティホテルにリニューアルオープン。建築家の黒川紀章氏の設計で知られる県立近代美術館、県立博物館、そして和歌山城に近いこの一帯は、市の文化ゾーン。そこに建つ以上は、自らも和歌山の文化を発信する拠点でありた

いと、支配人の妻鹿慎郎さんは言う。

旬の野菜と水揚げされたばかりの魚貝類、豊かな自然環境で育てられる熊野牛や紀州岩清水豚…。宿泊や宴会利用のお客様向けと、ホテル内の3つのレストランで提供される料理は、地場产品中心のこだわりメニュー。輸入食品による食中毒事件や産地偽装などで「食の安全・安心」への意識が高まっている近年、そのこだわりは徐々に知られ、注目を集めている。それは、宿泊利用が減るなど業界全体として苦境が続く中、「アバローム紀の国」の宴会売り上げが19年度に最高を記録した後、順調に更新を重ねていることからもうかがえる。

ただ、料理も実際に食べてもらわなければ魅力は伝わらない。そこでPR策の一つとして「アバローム紀の国」が重視するのが、コラボレーション。この9月から11月末まで開催している「レストランの饗宴 シェフの5重奏～第3楽章 和歌山秋のめぐみランチ～」も、その一例だ。

和歌山の食文化を広めるとともに、ホテル



妻鹿支配人(左)と「ツインバード」
シェフの山本さん



とろけるような紀州岩清水豚のソテーに、
旬の無農薬野菜をあしらったランチ

取り寄せる無農薬野菜を使うこだわりぶりが知られ、「ツインバード」はフェア期間外でも着実にファンを増やしている。「休業していた大阪時代と比べ、地の新鮮な素材がすぐ手に入るの、和歌山の大きな魅力。この食の豊かさをより多くの方に知ってもらいたい」と、山本さんの言葉にも力

がこもる。

ホテル同士だけでなく、農家と提携してのイチゴ狩りツアー、県立高校生が作った農産品の活用など、「アバローム紀の国」は食を中心に様々なコラボを展開。この11月からは、日本高血圧協会和歌山県支部長で県立医科大学保健看護部の有田幹雄教授の指導・監修のもと開発した「減塩」「低カロリー」メニューの提供も始めた。開発メニューが県立医科大の病院食の改革に寄与できればという思いもあり、共済施設としての社会貢献の意味合いが大きい。高血圧などで外食をためらいがちな方や健康志向の高い層に訴える「集客力」オプションの付加という面も見逃せない。

10周年を機に、「ロハス」をキーワードに加えて食の安全性とおいしさをより追求するという「アバローム紀の国」。郷土の豊かな食文化に裏打ちされた発信力に、これからも期待が持てそうだ。

レストランの利用客を増やそうと始まった企画は今回が3回目。県産食材を生かしたランチを5つのホテルレストランのシェフが競うもので、「アバローム紀の国」ではイタリアンレストラン「ツインバード」が担当している。

ホテル同士はライバルだが、和歌山自体の集客力を高める上で協同の利点は大きい。初回は3か月間開催して約200人が「ツインバード」を訪れた。2回目は、2か月間だったにもかかわらず260人。3回目の今回は、開始1か月で170人が訪れており、知名度は高まっているようだ。ランチ一律2,000円と手ごろな価格設定に加え、5か所のスタンプを集めれば全員に2,000円分の食事券をプレゼント、さらに抽選で宿泊券や食事券が当たるという特典も後押ししているのだろう。

「アンケートでは、おいしかったという声が圧倒的です。リピーターの方が多く、広く県内、大阪からも来ていただけるようになりました」と、シェフの山本幸司さん。ランチを機に、自家製生パスタと日高川町契約農家から



「ランチの饗宴」では、スタンプを5つ集めれば、もれなく食事券がもらえる

特相員だより



自店営業の傍ら、新融資制度の勉強会

東京都飲食業生活衛生同業組合・経営特別相談員

宇都野 知之

私は現在、当組合事務局長を務めさせて頂いていますが、組合勤務当初より主に融資を担当し、これまでの27年間に受けた融資相談・申し込みは約1万件に及びます。

当初、申し込みは月50～60件にも上り、ピーク時には100件にもなることもありました。しかしバブル崩壊・景気後退とともに減少し、最近では相談・申し込みが月10件前後。依然として潜在的な需要（設備投資より運転資金の要望が強い）はあるのですが、借り入れには保証人や担保が必要であることから、なかなか申し込みまでには至らない状況が続いておりました。

こうした状況下、昨年度より当組合でも生活衛生改善貸付の運転資金の申し込みができるようになり、組合機関誌や諸会議、各支部長、特相員を通じて組合員さんに地道なPRを重ねた結果、その成果が出始め、今年度に入っ

てからは徐々にではありますが、相談・申し込み件数が増え始めてきました。

また、特相員で組織されている生活衛生関係改善貸付融資審査委員会では、融資申し込みの審査後に生衛融資に関する新制度の周知や融資審査ポイント等の勉強会を開き、日々特相員としての資質の向上に努めています。多くの特相員の方々には自分のお店の営業の傍ら、時間を割いて勉強していただいています。その姿に頭が下がる思いで、本当に感謝しております。

長期にわたって景気低迷が続いているなか、当組合員さんは必死に頑張っており、融資の相談・申し込み・融資の実行を受けて元気に営業されている組合員さんの姿を拝見することが特相員冥利につき、また喜びとなっております。

これからも当組合の発展のために頑張ってもらいます。

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

“年末資金” は日本政策金融公庫（国民生活事業）へお早めにご相談ください！

■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） （平成21年11月13日現在）	基準利率 2.25%～（①売上減少等一定の要件を満たす方：1.95%～、②雇用の維持または拡大を図る方：2.15%～、③①及び②のいずれをも満たす方：1.85%～）

ココがポイント！

- ◎現在ご利用の生活衛生貸付の借替（一本化）が可能
- ◎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	別枠 3,000万円以内（旅館、ホテル、簡易宿所または下宿業） 別枠 1,000万円以内（飲食店営業、喫茶店営業）
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） （平成21年11月13日現在）	特別利率C 1.35%～（振興計画認定組合の組合員の方） 基準利率 2.25%～（上記以外の方）
お取扱期間 （平成21年11月13日現在）	平成21年12月30日（水）まで

ココがポイント！

- ◎現在ご利用の生活衛生貸付の借替（一本化）が可能
- ◎組合員の方は、運転資金が低利（1.35%～）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 秋の叙勲・褒章受章者

平成21年度秋の叙勲・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賞者（叙勲20名、藍綬褒章3名）を掲載しました。おめでとうございます。

◆叙勲（敬称略・50音順）

◇…旭日中綬章…◇

▽山岡景一郎 = 現・(学) 平安女学院理事長
現・京都府生活衛生同業組合協
議会会長（社交料飲組合）

◇…旭日小綬章…◇

▽徳永 清隆 = 現・(社) 長崎県生活衛生同業
組合協議会理事長（社交飲食業組合）

◇…旭日双光章…◇

▽鈴木 公二 = 現・東京都麺類生活衛生同業組
合副理事長

▽俵 米夫 = 元・香川県理容生活衛生同業組
合理事長

▽西村 力 = 現・全国すし商生活衛生同業組
合連合会副会長（青森県）

▽牧野 健 = 元・和歌山県飲食業生活衛生同
業組合理事長

▽皆本 政常 = 現・愛媛県クリーニング業生活
衛生同業組合理事長

▽宮北 昭夫 = 現・全国中華料理生活衛生同業
組合連合会副会長（京都府）

▽山下 哲朗 = 現・高知県理容生活衛生同業組
合理事長

◇…旭日単光章…◇

▽市野 直春 = 現・東京都飲食業生活衛生同業
組合副理事長

▽大崎 泰三 = 元・大阪府飲食業生活衛生同業
組合副理事長

▽神谷 善彦 = 現・静岡県社交飲食業生活衛生
同業組合理事長

▽河原 直泰 = 現・島根県旅館生活衛生同業組
合副理事長

▽杉尾 昇 = 元・北海道公衆浴場業生活衛生
同業組合副理事長

▽杉本 政藏 = 元・青森県理容生活衛生同業組
合副理事長

▽高井 信男 = 現・愛知県飲食生活衛生同業組
合副理事長

▽田中 保雄 = 元・愛知県美容業生活衛生同業
組合副理事長

▽永井 榮治 = 元・大阪府美容環境衛生同業組
合副理事長

▽萩原 敏春 = 元・神奈川県旅館生活衛生同業
組合副理事長

▽吉岡 玉枝 = 元・奈良県美容業生活衛生同業
組合副理事長

◆藍綬褒章（敬称略・50音順）

▽今井 誠則 = 現・広島県料理業生活衛生同業
組合理事長

▽野津 洋三 = 現・全国旅館生活衛生同業組合
連合会副会長（島根県）

▽福岡 政弘 = 現・全国飲食業生活衛生同業組
合連合会副会長（福井県）

せいえい 掲 示 板

★理容業祖の故郷・京都で 記念碑を建立

理容と京都との間には歴史的に深い繋がりがあ

る。
理容のルーツについて書かれた伝承資料「一銭職由緒書」によれば、『亀山天皇の頃(1259~74年)、京都北面の武士の藤原晴基は、御預かりの宝劔・九龍丸紛失の責任から浪人し、子息の采女亮(うねめのすけ)とともに、当時、蒙古襲来で風雲急を告げる下関へ下り、往来の武士を客として月代そり髪結業を営み探索を続けた。これが日本における髪結職の始めなり~後略~』とあり、床屋という呼称も、采女亮が開いた店に亀山天皇を祀る祭壇と藤原家の掛け軸が掲げられた床の間に設えられていたことから、「床の間のある店」→「床場」→「床屋」と呼ばれるようになったと伝えられている。

その理容の業祖、采女亮を祀った御髪神社が亀山天皇御陵にもほど近い小倉山麓にある。

10月18日、御髪神社で、全国の理容関係者が集り、記念碑の除幕式が行われた=写真=。これは、全国理容連合会(大森利夫理事長)が主催する全国理容競技大会が、京都府で53年ぶりに開催されることを記念して企画され

たもので、采女亮に関連する記念碑をもつ各地の理容組合で構成する全国理容碑(いしづみ)の会(中谷秀雄会長、長野県理容組合理事長)が建立した。

御髪神社 ひっそりと 山眠りけり

碑の表面には、同連合会の大森理事長(愛媛県理容組合理事長)が作句揮毫した俳句が刻まれている。歴史的にいろいろな局面に登場する小倉山の懐に抱かれた御髪神社を訪れたおりに、采女亮の足跡を偲びながら詠んだという。

全国理容競技大会は、19日に同市左京区の「みやこめっせ(京都市勤業館)」で開催されたが、中谷会長は「これを機に、人々の美と健康の増進とさらなる理容サービスの向上を目指し、心新たにしています」と話している。



♠第12回「人に優しい地域の 宿づくり賞」決定

全国旅館生活衛生同業組合連合会が主催する第12回「人に優しい地域の宿づくり賞」の受賞者が決まった。この賞は、高齢者や障害者を含む全ての人々が、安心して快適に楽しめる社会環境づくりに貢献した旅館・ホテルや地域組合の活動に対して贈られるもの。

主な受賞者は次のとおり。

▽厚生労働大臣賞=新潟県・湯田上温泉旅館協同組合『湯田上温泉 SWEETSプロジェクト』▽全国旅館生活衛生同業組合連合会会長賞=群馬県・上州力まるごと協議会『群馬

の力をまるごと使った、群馬の温泉地間転泊の仕組みづくり』▽選考委員会賞=東京都・新宿ホテル旅館組合『大久保・百人町地区の環境浄化と明るい街づくり』▽観光経済新聞社社長賞=兵庫県・有馬温泉 月光園『蒸気ボイラーからの廃熱回収によるエネルギー削減』▽リクルート「じゃらん」賞=山口県・長門湯本温泉旅館協同組合青年部『若い力で地域力復活を「湯本ホッと屋台』』▽全旅連シルバースター一部会長賞=山形県・株式会社滝の湯ホテル(ほほえみの宿 滝の湯)『環境配慮型旅館(エコ旅館)の創出事業』

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>

平成20年度 生活衛生関係営業経営実態調査の概要

平成21年10月に厚生労働省健康局が取りまとめた、平成20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。

生活衛生関係営業経営実態調査は毎年3業種を調査対象としており、平成20年度は、「飲食店営業（一般飲食店）397施設」「喫茶店営業379施設」「飲食店営業（料理店）394施設」について調査を実施しました。

表1 経営主体別施設数の構成割合（%）

	一般飲食	喫茶	料理
総 数	100.0	100.0	100.0
個人経営	79.3	70.2	55.8
株式会社	9.1	15.0	15.5
有限会社	10.8	12.7	27.4
その他	0.8	2.1	1.3

○飲食店営業（一般飲食店）について

一般飲食店の経営主体をみると、個人経営が79.3%を占め3業種の中で最も高く、次いで有限会社が10.8%、株式会社が9.1%となっています。（表1）

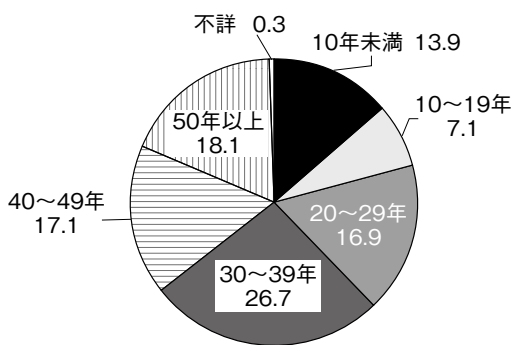


図1 創業年別施設数の構成割合（%）

創業年別に全体の施設数の構成割合をみると、30年以上が61.9%と半数以上を占め、20～29年が16.9%となっています。（図1）

経営者の年齢階級について総数を見ると、60歳代が39.5%と最も高く、次いで50歳代が23.7%、70歳以上が22.4%となっています。また、個人経営をみると、60歳以上では67.9%と半分以上を占めており、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	1.0	-	11.1	-
30～39歳	4.0	2.5	11.1	9.3
40～49歳	8.6	5.1	22.2	23.3
50～59歳	23.7	24.4	16.7	23.3
60～69歳	39.5	42.2	19.4	37.2
70歳以上	22.4	25.7	13.9	7.0
不 詳	0.8	-	5.6	-

経営上の問題点では、客数の減少が72.8%と最も高く、次いで材料費の上昇が66.8%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48.9%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(72.8%)	メニュー工夫(48.9%)
材料費の上昇(66.8%)	価格の見直し(25.5%)
光熱費の上昇(43.6%)	接客の充実(22.2%)
燃料費の上昇(36.8%)	廃業(18.1%)
客単価の減少(23.2%)	特になし(16.1%)

○喫茶店営業について

喫茶店の経営主体をみると、個人経営が70.2%と最も高く、次いで株式会社が15.0%、有限会社が12.7%となっています。（表1）

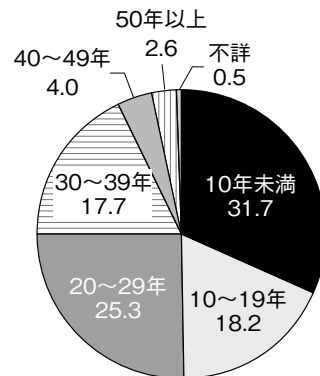


図2 創業年別施設数の構成割合（%）

創業年別に施設数の構成割合をみると、10年未満が31.7%と最も高く、次いで20～29年が

25.3%となっています。(図2)

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	2.9	1.1	10.5	4.2
30～39歳	10.3	6.8	24.6	12.5
40～49歳	14.5	12.0	22.8	20.8
50～59歳	28.8	32.0	10.5	29.2
60～69歳	30.6	36.5	15.8	16.7
70歳以上	10.8	11.3	5.3	14.6
不 詳	2.1	0.4	10.5	2.1

経営者の年齢階級について総数をみると、60歳代が30.6%と最も高く、次いで50歳代が28.8%、40歳代が14.5%となっています。また、個人経営では60歳代が36.5%となっており、株式会社や有限会社と比べ高くなっています。(表4)

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(67.5%) 材料費の上昇(59.1%) 光熱費の上昇(25.9%) 施設の老朽化(23.2%) 他経費の上昇(20.1%)	→	今後の経営方針 メニュー工夫(42.2%) 接客の充実(31.4%) 価格の見直し(25.1%) 特になし(20.8%) 廃業(14.0%)
---	---	---

経営上の問題点では、客数の減少が67.5%と最も高く、次いで材料費の上昇が59.1%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42.2%と最も高くなっています。(表5)

○飲食店営業 (料理店) について

料理店の経営主体をみると、個人経営が55.8%と最も高く、次いで有限会社が27.4%、株式会社が15.5%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25.1%と3業種の中で最も高く、次いで20～29年が20.6%となっています。(図3)

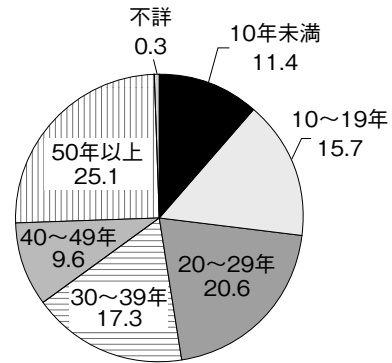


図3 創業年別施設数の構成割合 (%)

経営者の年齢階級について総数をみると、60歳代が32.7%と最も高く、次いで50歳代が30.2%、40歳代が16.5%となっています。また、個人経営では60歳代が32.7%となっており、株式会社、有限会社ともに60歳代が高くなっています。(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	0.8	0.5	3.3	-
30～39歳	4.6	3.2	3.3	8.3
40～49歳	16.5	17.3	16.4	14.8
50～59歳	30.2	32.3	21.3	29.6
60～69歳	32.7	32.7	34.4	32.4
70歳以上	14.5	13.6	18.0	14.8
不 詳	0.8	0.5	3.3	-

経営上の問題点では、客数の減少が74.6%と3業種の中で最も高く、次いで材料費の上昇が47.5%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56.3%と最も高くなっています。(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(74.6%) 材料費の上昇(47.5%) 客単価の減少(41.6%) 施設の老朽化(25.9%) 光熱費の上昇(25.6%)	→	今後の経営方針 メニュー工夫(56.3%) 接客の充実(46.4%) 価格の見直し(26.1%) 宣伝等の強化(22.1%) 施設の改装(19.0%)
---	---	--

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9月上旬に個別訪問面接により実施したものです。

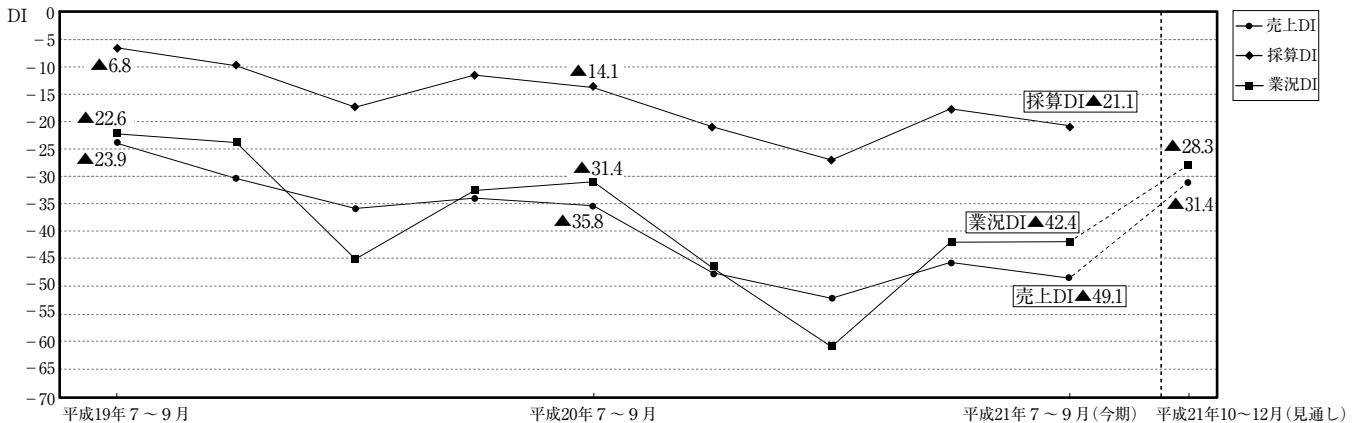
～依然として厳しさ続く生活衛生関係営業の景況～

今期（平成21年7～9月期）の「売上」「採算」「業況」の各DIは、▲49.1（前期比2.9低下）、▲21.1（同3.1低下）、▲42.4（同0.1上昇）となり、「業況」で横ばいとなったものの、「売上」「採算」はともに低下しており、3項目全てで前年同期を大幅に下回っています。

長引く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、依然として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



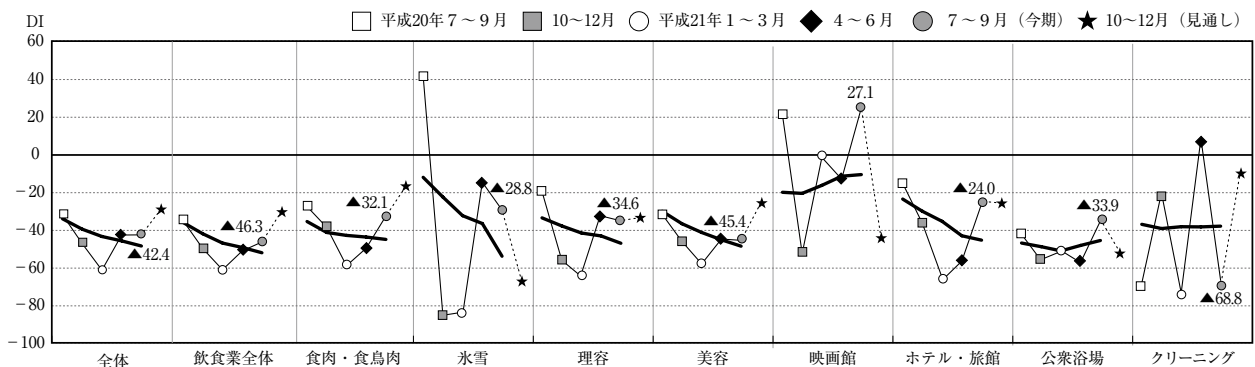
業況DIを業種別にみると、前期に比べ「飲食業」「食肉・食鳥肉販売業」「映画館」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」で上昇した一方、他の4業種は低下しました。

4期間移動平均でみると、「映画館」「公衆浴場業」「クリーニング業」を除き、他の6業種で低下しています。

来期の見通しは、「冰雪販売業」「映画館」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」で低下を見込んでいますが、他の5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



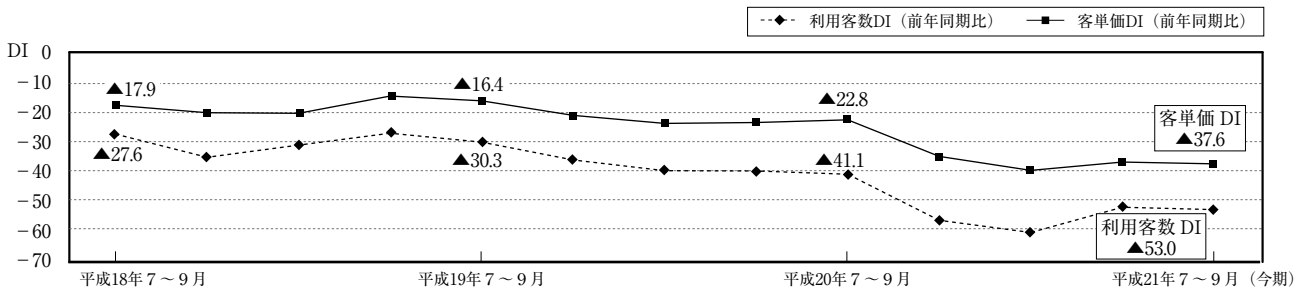
(注) 太線は4期間移動平均の推移

利用客数DIは、前期から0.8低下して▲53.0となり、前年同期に対しては11.9下回り、10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0.6低下し▲37.6となり、前年同期に対しては14.8と大幅に下回り、8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7～9月期）に設備投資を行った企業の割合は10.6%と、前期（11.5%）に比べ0.9低下しましたが、前年同期に比べると0.8上回りました。4期間移動平均で見ると、平成19年10～12月期以降、下降に転じてきていましたが、前期に横ばいとなり、今期は8期ぶりにわずかながら上昇し、下げ止まり感はあるものの水準は低く、生活衛生関係営業の設備投資は冷え込みが続いています。

業種別に設備投資を実施した企業割合を高い順にみると、「ホテル・旅館業」23.6%、「食肉・食鳥肉販売業」16.0%、「映画館」13.6%となっています。前年同期の水準を上回ったのは、「冰雪販売業」「公衆浴場業」を除く7業種でした。「公衆浴場業」は前年同期の水準の約2分の1となっています。

図4 設備投資実施割合の推移

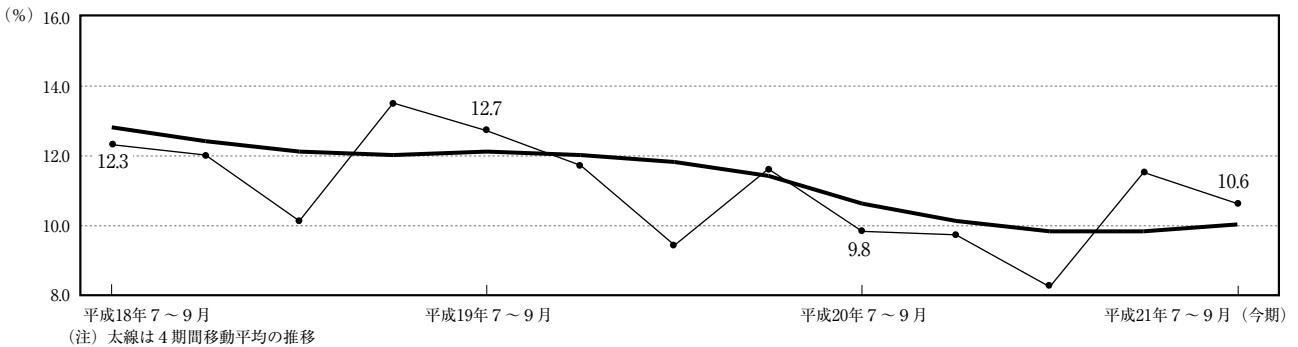
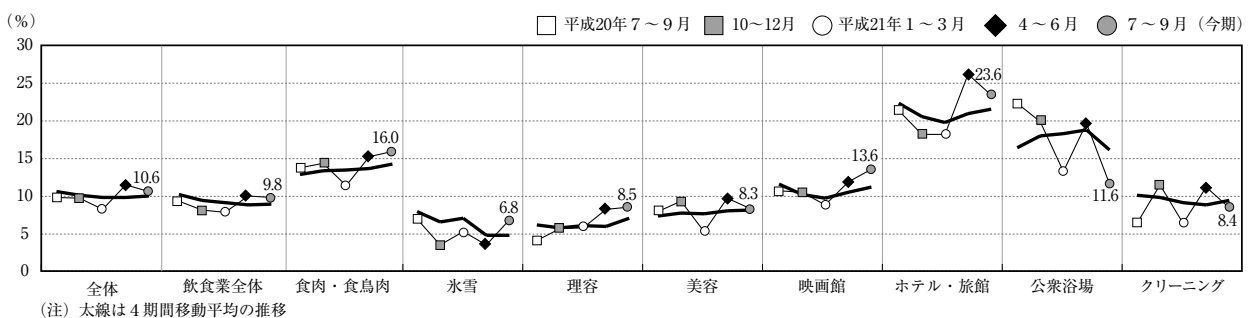


図5 業種別設備投資実施割合の推移



データベースに見る最近の相談傾向

(『消費生活年報2009』より)

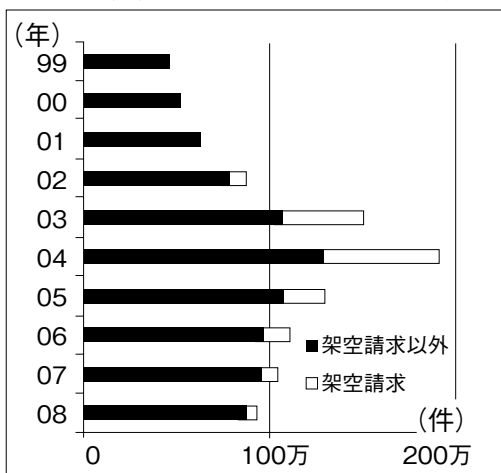
<社団法人全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 佐藤 圭子>

～はじめに～

2008年から2009年は、消費者行政の山が動いた感のある1年間でした。本年9月には消費者行政の司令塔としての期待を担う消費者庁が発足し、悪質商法を封じ込めるための法律の改正も相次いでいます。

その背景の一つに、全国の消費生活センターに寄せられる相談件数の爆発的な増加が挙げられます。

全国の消費生活センターの総受付件数



(国民生活センター『消費生活年報2009』より)

全国の消費生活センターの相談件数は1995年には27万件余であったものが、2000年には54.7万件と倍増し、2002年頃から架空請求に牽引されて急増、2004年には190万件を突破、空前の相談件数となりました。

その後、架空請求が落ち着きを見せるにつれて減少に転じていますが、架空請求以外の相談件数の減少幅はわずかで、高い水準にとどまっています。

本稿では、国民生活センターのデータベースから相談動向を数字で把握し、最近の相談現場で感じられる相談の特徴を検証します。

1. 2008年度の主な商品・役務別件数より過去5年間の推移 (抜粋)

商品・役務等 (最大件数/最小件数)	過去5年間の 件数の推移
電話情報サービス (837,488件/92,971件)	
サラ金・フリーローン (126,133件/116,870件)	
賃貸アパート・マンション (33,493件/30,907件)	
健康食品 (17,956件/15,679件)	
エステティック (14,890件/11,181件)	
生命保険 (15,458件/7,523件)	
携帯電話サービス (10,544件/5,036件)	
クリーニング (10,434件/8,441件)	
布団類 (15,035件/8,059件)	
化粧品やアクセサリも同様の傾向	
分譲マンション (7,479件/4,832件)	
宝くじ (8,500件/5,318件)	
携帯電話機 (6,109件/1,999件)	

(国民生活センター『消費生活年報2009』
PIO-NETにみる消費生活相談より)

減少傾向にある布団や化粧品は、訪問販売など特定商取引法と関係の深い商品で、法律改正による規制強化の影響が見受けられます。

一方で、商品ではなく、直接「お金」に絡む相談の多様化と増加が顕著です。増加している分譲マンションも、相談内容は、品質面

消費生活相談の現場から

よりも解約や投資用マンション等の悪質な勧誘についての相談が目立ちます。

エステティックは、サロンが倒産したため返金も施術も受けられないという相談が多く寄せられました。

倒産絡みの相談は、危機的な経済状況を背景に今後も注意が必要です。建築会社が公示前、工事途中に倒産し、高額な前払金が返還されないという被害も生じています。

2. 2008年度の主な販売方法・手口別件数より過去5年間の推移（抜粋）

販売方法・手口 (最大件数/最小件数)	過去5年間の 件数の推移
電子商取引 (58,125件/25,614件)	
家庭訪販 (82,920件/48,897件)	
電話勧誘取引 (87,414件/48,684件)	

二次被害、かたり商法、次々販売、無料商法も同様の傾向	
マルチ商法 (24,295件/18,912件)	
サイドビジネス商法 (22,791件/17,781件)	
利殖商法 (9,009件/4,902件)	
アポイントメントセールス (12,962件/5,794件)	

点検商法・SF商法・キャッチセールス・アンケート商法・展示商法なども同様の傾向	
薬効をうたった勧誘 (4,844件/3,332件)	
開運商法 (3,062件/1,955件)	

(国民生活センター『消費生活年報2009』
PIO-NETにみる消費生活相談より)

商品・役務で見てきたように、家庭訪販、電話勧誘販売、アポイントメントセールス。マルチ商法など、特定商取引法の適用を受ける商法が軒並み減少しています。また、こうした商法に付随しがちな二次被害や次々販売も件数を減らしています。

とはいえ、相談の中では“不意打ち的な勧誘”手口は依然として上位にあります。

特にマルチ商法では、特定商取引法で規制されず、解決困難な「マルチ商法型出資勧誘」に関する相談が増加しています。

*こんなケースも・・・

「海外での植樹事業に投資しないか。投資する会員を紹介すると紹介料が入る。必ず儲かる」と知人に熱心に勧められて契約。よくわからないのでやめたい。

3. 変わる相談、変わらぬ根っこ

法律による規制が、ある種の悪質商法の息の根を止めつつあります。一方で、悪質な業者がいる限りゼロになることはありません。

通信技術の発達で、業者は匿名性を武器により巧みに近づいてきます。不況下では、ささやかな蓄えへの思いにつけ込まれます。被害をなくすためには、消費者を孤立させないこと、人とのつながりが大切であることを、数字が物語っているようです。あらゆるネットワークの構築が必要と思われます。

東京都中央区築地6-20-6
東京都中央卸売市場
第2低温ビル318号室
会 長 藤野 雅彦
事務局長 吉村 純一
職員数 3名
U R L <http://www.nihonryouri.jp/>



藤野雅彦会長

全国料理業生活衛生同業組合連合会（以下「全料連」と表記）は昭和42年に設立され、現在31組合、約3,500名の組合員で構成されている。

「全料連」は、全国の料亭・料理店の営業者により組織されている。料亭・料理店は、伝統的な日本料理を提供し、芸妓さん等によるおもてなしや伝統芸能をお酒とともに楽しんでいた社交の場として、日本特有のおもてなし文化を支えてきた。

時代の変遷とともに、幾度となく苦境に立たされたこともあるが、時代に対応した事業を展開し、組合員の経営の健全化と業界の活性化を図るとともに、日本が誇る料理・おもてなし文化の振興・継承を目指して、意欲的に活動を行っている。

■ホームページの有効活用で新規顧客を獲得

「全料連」は、細川内閣の時に制定された「国家公務員倫理法」により、5万円以上する料亭の不使用が閣議決定され、店舗数が激減した。そして、バブルの崩壊と昨年のリーマンショックにより経済界の顧客も足が

遠のいてしまった。これら度重なる逆境に立ち向かうために、まずIT革命当時、「全料連」のホームページを立ち上げ、新規顧客へと活路を開いた。「一般の方々には、料亭をはじめ高級日本料理店に対して、敷居が高い、どのくらい金額がかかるのかわからないなど、多くの疑問を抱えています。そこでサービス内容や料金体系を紹介するコンテンツをホームページ上に組み込みました」と藤野会長。

また、ぐるなびの秘書業務サポートコンテンツ「こちら秘書室」で、「全料連」が独自にアンケート調査を実施。その結果約4割が、上司から何の指定もなく接待場所の選定を任せられているという事実を把握した。藤野会長は「年功序列で社長の順番も決まっていた時代は、何十年來のお得意様も多かったのですが、最近は、事情が違います。社長が交代するとぶつりごと利用が途絶えてしまう。接待の場所も分からず秘書の方に任せている場合が多いことが分かりました」。そこで、「全料連」のホームページにアクセスしてくださった上位20名の秘書の

方々を3年間にわたりご招待。お招きされた秘書の方々は、伝統に培われた料亭・料理店のおもてなしに触れ、実際に新規顧客へ繋げることができたという。

さらにホームページの中で、「ぐるめ宅急便」をネット事業として展開。登録店舗自慢の味を、インターネットを通じて消費者に販売している。「ぐるめ宅急便」に入りたいために、組合加入を申し出てくる人も多いという。

■日本の美意識が息づく「おもてなし文化」継承者として

平成18年度には、料亭・料理店のおもてなし文化を歴史的・包括的にまとめた「おもてなし学入門—和宴の文化と知識」を発行した。

その背景について藤野会長は、「日本の一般的な家庭から床の間や障子、襖、畳などどんどん消えつつあります。このままでは、伝統的な日本の文化継承が危ぶまれてしまいます。そ



各方面から高い評価を受けた「おもてなし学入門—和宴の文化と知識」

“おもてなし文化”の継承を目指して



ここで、日本特有のおもてなしが歴史的経緯や文化的背景の中でどのように成立、発展してきたのか、体系的に整理する必要性を感じました。また、料理店従事者も、我が国の料理がどのようなルーツを辿って現代まで発展してきたのか、改めて認識を深めてもらいたいと考えた訳です」と語る。絵画や焼き物、庭、あるいは華道や茶道、香道、礼法などに関する個々の解説書は数多く存在するが、これらを包括して、料亭・料理店における“おもてなし文化”という視点から体系的に書かれた書籍はなかった。執筆は、藤野会長をはじめ「全料連」の組合員による「和宴文化研究会」が行ったが、専門の学者等に高く評価され、一般向けにも販売されている。

■日本料理＝ヘルシーをカロリー表示で実証

日本料理は、ヘルシー料理の代表としてイメージが定着しているが、イメージだけでは説得力がない。そこで、健康志向への高まりに応え、会席料理のカロリー表示を算出する事業に取り組んだ。

「単品の献立と異なり、会席料理は献立に流れがあり、100種類程の食材をそれぞれの料理に少しずつ使って、彩り鮮やかに季節感を演出します。全ての食材について、個別にカロリ

ーを算出し総カロリーを出すのは大変な挑戦でした。しかも食材には旬があり、作業を進めたくても一度に全部は揃いません」と藤野会長。

そこで、食材が揃う季節ごとに、平成19年度には「会席料理の献立栄養価一覧～冬の献立・春の献立～」を、20年度は同じく夏・秋編のリーフレットを大成させ全組合員に配布した。巻末に各食材の栄養価一覧を掲載することで、各店ごとに異なる献立でも類推しカロリーが把握できる構成になっている。これにより、カロリーを抑えているお客様への献立提供が容易になった。

■食の観点から、アンチエイジングを提唱

長引く不況の中、昨年10月、中小・小規模企業を対象としたセーフティネットの保証枠を拡大する「緊急保証制度」が制定された。しかし、日本料理店そのものは対象となっているが、芸妓さんのおもてなしをとまなう料亭は除外されている。画一的な線引きに「全料連」は異を唱え、料亭も保証対象業種認定へと強く要望していきたいという。



「会席料理の献立栄養価一覧～冬の献立・春の献立～」(写真左)と料理の1品ごとの材料・分量・栄養価を表示したページの一例「冬の献立・お椀」(同右)

そして今後の展開について藤野会長は、「日本が世界一の長寿国であるベースには、長年にわたり日本食を食べ続けてきたことにあるといわれています。今後、ますます高齢化が進む中で、誰もが健康を維持しつつ長生きしたいと望みます。そこで今、『アンチエイジング』をテーマに、今年度の主力事業として冊子を作成しています。アンチエイジング対策として、さまざまなサプリメントが販売されていますが、豊富な食材を使う日本料理の中には、サプリメント同様の効能がほとんど含まれています。例えば記憶力を鍛えたいならば、どんな日本料理を食べたら良いのか、食事の観点からアンチエイジングをサポートできるよう取り組んでいます。アンチエイジングの献立を組合員が提供できれば、他の料理店との差別化が図れるでしょう」と発行に向け期待を込めていた。

再考 和のこころ

世相ウォッチャー 更科 ケイ

各人の器量見極め

人を使った百人番頭

才能見いだす洞察力も

江戸時代、盛岡城下に近江国高島郡の大溝系近江商人が定住した。盛岡近江商人の三始祖といわれる村井新七と小野権兵衛、そして村井市左衛門である。市左衛門は村市と称し、「村市文書」を残した。その中に、「主人たるもの、よくよく人を見、その品々に使うべき事、第一なり。まず、我が身持ちを嗜まざれば、仕置きたつまじき候」とある。つまり「上司たるもの、部下それぞれの能力に応じて使いこなせ。その極意は、自分自身が日頃の言動に留意して模範になることだ」という意味だそうだ。

当時、器量に応じて部下

を使いこなしていた大店の上司を「百人番頭」と呼んだと

いう。百人はオーバーだとしても、部下のいろいろな器量を見極め、適材適所の人事をやつてのけられる人物はあまりいなかったらう。それは、現代でも同じだと思ふ。

どんな人も一つは優れた才能をもっているものだ。それは誰の目にも見えるかもしれないし、奥底に眠っているかもしれない。百人番頭は、眠っている才能を見い出す洞察力も求められる。

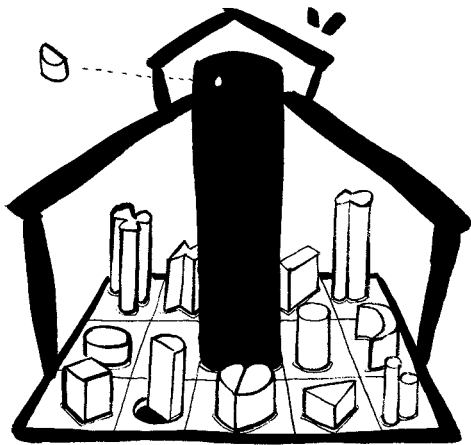
みんな違ってあたりまえ

以前、海外のホテルで障得をかかえた人たちが生き生きと働いている姿をレポートしたテレビ番組を見

たことがある。ある人はタオルをたたむことが得意で、四隅をきれいに合わせ、ホテル中のタオルをたたむ。ある人は植木の手入れをしたり、またある人は厨房で野菜の皮むきなどの手伝いをしたり…。

日本でも、同じように障得をもった人が銭湯の清掃をして社会参加をしている事例がある。ボランティアの世話人が指導しながら、浴室や脱衣室を掃除する。このように最近では、障得者が少しずつ社会参加する機会が増え、野菜作りをしたり、パン屋を開いているグループもでてきている。彼らの世話をする人たちこそ、障得者と健常者が共生する社会をつくる現代版・百人番頭といえるだろう。

金子みすゞの『わたしと小鳥とすずと』という詩の最後に、「すずと、小鳥と、それからわたし、みんなちがって、みんないい」という一節がある。小鳥は飛べるが、わたしのように地面をはやく走れない。きれいな音を出すすずも、わたしのようにたくさんのうたは知らない。みんな違ってあたりまえ、その違いが個性であり、個性をうまく組み合わせる役割をするのも百人番頭だろう。



いつもかあさん、ときどきライター



息子たちよ

これがプロ魂だ

次男が「来月の小遣いから300円、前借りしたい」とおもむろに切り出した。「前借り」という言葉を使いこなしている中学1年生…。理由を問いただすと、「プロレスしてたら教室のガラスが割れてん」。なぜ300円？ 割り勘で弁償にしては安いけど？ 「反省文の字数が足りへんから、お兄ちゃんが300円で全部書いてくれるんやって」

確かに兄（中学3年生）は「ガラス割り」「人を嫌なあだ名で呼ぶ」「禁止されているゲームの所持」「その2回目」等々、各種反省文に精通しており（怒）、300円なら安いかもしれない…おっとここは厳しく叱らなければ。

「じゃあお母さんが書いてえや、いつも自分は文章のプロだって言うてるやんか」「…!?!」肩で息をつきながら怒りつつ、「このネタは生衛ジャーナルに使える」と、後でメモに記入。これは実際のインタビュ―でもよくある事。取材相手の人柄を示す「それ、いただき！」という発言や行動は、たいてい取材を終えてから出てくる。インタビュ―中に若い頃の苦労話をいきいきと語って下さった、ある会社の会長さん（ちなみに生衛業）は、帰り際に「今日は久しぶりに昔話が出来てうれしかった。聞いてくれてありがとう」と。駅までの帰り道、傘の中で必死にノートを広げた事を



今日は焼肉…。実態はお好み焼き併用でかさ上げ

覚えてる。そんな取材で書きたい事が満載で、「あーもう、上・下連載にしてーっ」と叫びたくなるのだが、逆もまた真なり。

さわやかな笑顔が売りの男性タレント、ホテルの喫茶店での取材は終始、仏頂面。マネージャー氏が伝票を持って立ち上がったなら、「記者に払わせとけ」。えっ、これが貴方の本性ですか？ こうなると原稿も気分が乗らない。何とか字数の帳尻を合わせたのだが、後日、取材謝礼を持参したところご本人がいて、テレビと同じ笑顔で「ありがとう！」と言われたのには参った。

以来、彼がCMに出ている商品は絶対に買わない私である。

しかしあくまで「自称・プロ」であり、私の名前が表に出る事はまれ。夫の両親は「仕事が忙しいとめっさに帰省しない割には、何をしているのかよく分からない嫁」と、怪しく思っているようだ。このページに付箋を付けて送りたいところだがそうもいかず、まことに残念である。

さてもうすぐ冬休み。読書感想文に弁論大会の原稿と、大仕事が続いている。「中学生っぽい稚拙な表現や誤字を減点されない程度に織り交ぜる」という高度なテクニクを駆使し、昨年の長男の弁論大会原稿は、「クラス代表に惜しくも届かず」という絶妙の出来。息子よ、これがプロ魂だ！原稿料はお年玉の前借りで払ってもらおうとしよう。

（フリーライター

佐藤 カヲル）



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

H21.11.1 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21年11月発行 通巻388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。

宝くじの収益金は、
子供たちの未来を応援しています。



“収益金”による街づくり。
あふれんばかりのエネルギーを、
もっともっと発揮して、
どうか健やかに育つと
宝くじは願っています。

宝くじの収益金は、
身近な街づくりに役立っています。



当せんはしっかり調べて、しっかり換金。

<http://www.jla-takarakuji.or.jp>

●外国発行の宝くじを、日本国内において購入することは、法律で禁止されています。