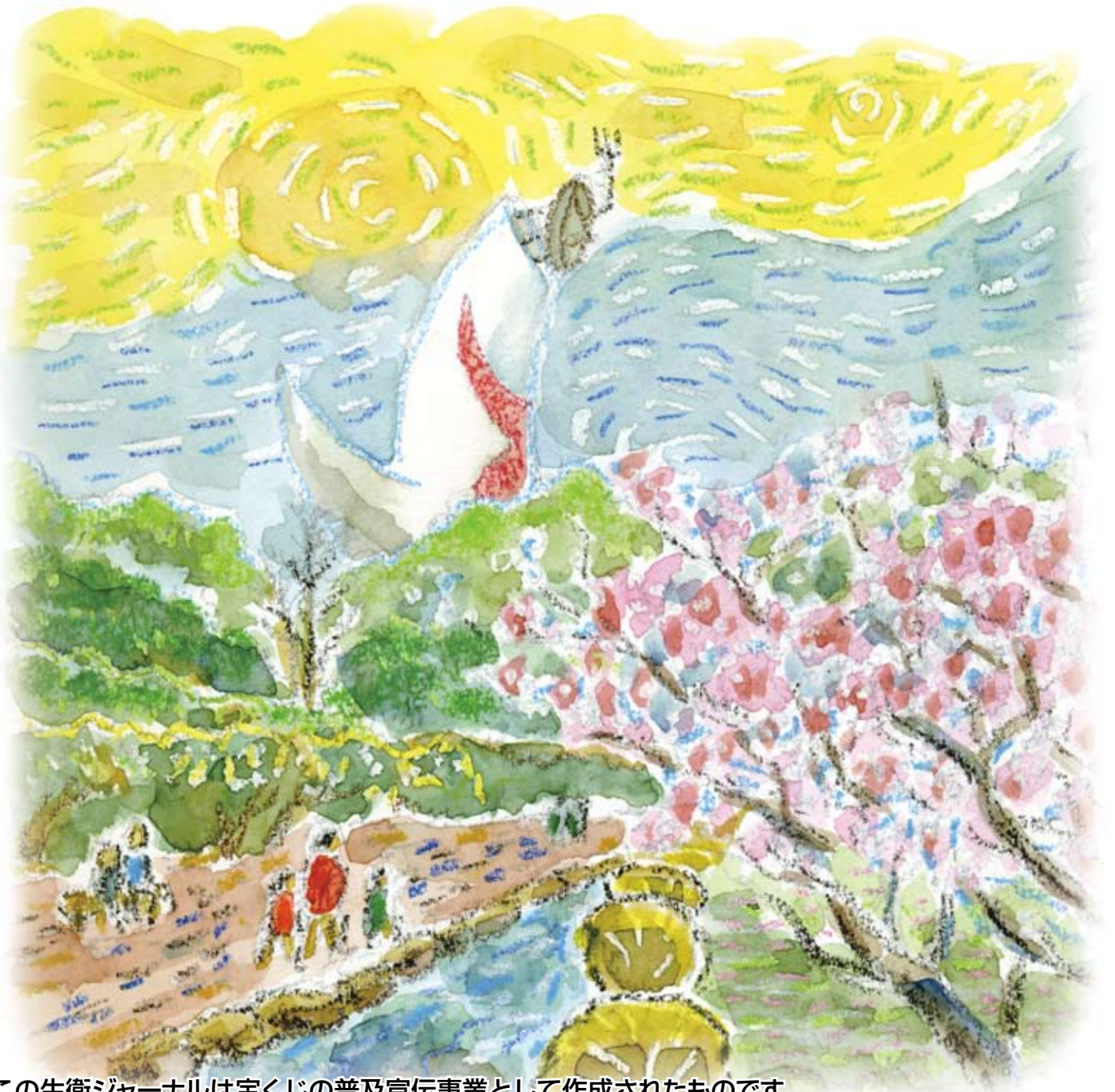


生衛ジャーナル

「広げよう
元気の輪、地域の輪」

2010 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
特集 食農連携	
総論	2
お店探訪	3～9
特相員だより	10
融資トピックス	11
センターにゆうす	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
日本政策金融公庫を訪ねて	20～21
ほっとブレイク	
再考 和のころ	22
いっつもかあさん、ときどきライター	23
都道府県指導センター一覧など	24



大阪万博公園の梅園
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

宮城県仙台地方振興事務所
地方振興部振興第二班

小島 由美子

「みやぎ食材伝道士」ってなに？ 新しい宗教？ いえいえ、違います。

「みやぎ食材伝道士」は、宮城の多彩な食材の良き理解者となり、「みやぎの食材への想い（生産者のこだわりなど）」を料理に込めてお客様へお届けする料理人のことです。

宮城県は、豊かな自然に囲まれ、海・山・大地が育む多彩で豊富な食材に恵まれています。現在、県では全国の皆さんから「食」といえば「みやぎ」と連想していただけるよう「食材王国みやぎ」の確立を目指しています。

当事務所でも、地域食材のすばらしさを地元の料理人に知ってもらいたいと食材情報紙の配布などを通じてPRに努めてきました。

平成19年、地域食材への理解をより深めてもらうため、事務所内に食材PRプロジェクトチームを立ち上げて、単なる生産現場の見学や収穫体験にとどまらない、より深い生産者との交流を目標に「みやぎ食材伝道士」事業をスタートさせました。

この事業は、料理人の皆さんが農林水産業の生産者の指導の下で、種まきから収穫までの一連の作業を生産者と共に汗を流し、実際に体験していくものです。

プロジェクトチームでは食材伝道士に一つ星から三つ星までの位を設け、そのための認定基準を一つ星は所定の実習品目を1品目修了、二つ星は3品目修了、三つ星は農・林・水産物から最低各1品目ずつ、かつ5品目以上修了することとしました。



平成21年度の「みやぎ食材伝道士」認定式

初年度の平成19年は、26人からのスタートでしたが、3年目となる今年度は51人の料理人から参加申し込みがあり、実習に取り組みました。

料理人は、気温が40度近いトマト栽培施設内での種まきや、午前4時出港の漁船に乗って牡蠣の水揚げ作業をするなど、生産者の苦労を身をもって体験することで食材を扱う姿勢が違ってきたといいます。

現在までに24人の「みやぎ食材伝道士」が誕生し、それぞれのお店で生産者の「想い」を料理に添えて“食の語り部”として活躍しています。

今後は、さらに実習品目の充実に努め、一人でも多くの「食の語り部」として地産地消の推進を共に担っていただきたいと思います。

「みやぎ食材伝道士」のいるお店は、以下の宮城県仙台地方振興事務所のホームページ「みやぎ食材伝道士コーナー」で紹介しています。ぜひ、おいでいただいて生産者の想いが添えられた料理を召し上がってください。

※ホームページアドレス <http://www.pref.miyagi.jp/sdsgsin/tisin/dendoushi/index.html>



牡蠣のつり下げ作業に従事する料理人

「みやぎ食材伝道士」とは

地元を誇りに思うことが大切 「地域活性化に何が必要か」再認識 協力する姿勢が連携に不可欠

日本大学経済学部講師 池田 光男

今号のテーマは「食農連携」である。食農連携とは外食産業や食品産業と農業が連携し、地域の埋もれた食材を活用して、新商品の開発と新たな販路を開拓、地域活性化に貢献することが狙いである。

今号の「お店探訪」では、生衛業としていち早く食農連携への取り組みに着手した3事例を取り上げている。いずれの事例とも、農業と生衛業との連携によるものであるが、態様はそれぞれ異なっている。

最初の事例は、宮城県鳴子温泉郷の「むすびや」である。食農連携の機軸である農産品は、山間地でも無理なく作れる新品種登録米である。これは鳴子の食と農、地域の暮らしを支えようという農家、旅館、住民、地域外の応援者による勉強と議論を重ねた賜物^{たまもの}である。販路はホテル、旅館、飲食店、町内外の住民である。基盤づくりにはNPO法人「鳴子米プロジェクト」が大きく寄与している。

次は徳島市のデリバリー弁当とカフェのチェーン店「CHA-CHA HOUSE COFFEE」である。連携の主役はカフェを経営する単独企業である。ユニークなのは県立小松島西高校の模擬会社との連携である。農家、高校、「CHA-CHA HOUSE COFFEE」の3者の連携により、地元産の高級イチゴやすだちを用いた商品開発に成功している。

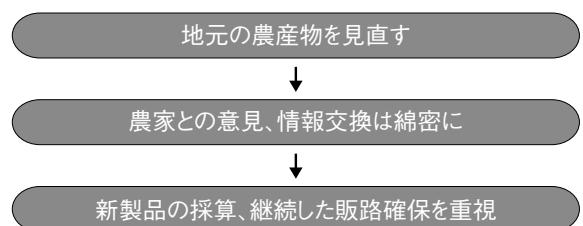
3番目は島根県飯南町の「頓原ラムネ温泉」である。連携用の農産品はヤマトイモだ。特産品のヤマトイモを町内でも味わえる店を作ろうと平成21年、飯南町政策推進課とヤマトイモ生産組合が、町内の飲食店や宿泊施設な

どの協力により、オリジナルのヤマトイモ料理を開発している。

上記3事例を参考に生衛業側からみた食農連携の体制づくりの10か条を掲げてみた。

1. 仕掛け人の人脈依存で賛同者が集まるのか。それとも生産者・消費者・NPOとの連携で、より強力な組織にするのか。
2. 産地との橋渡しの役割を担うコーディネーターがいるのか。
3. 地域農産物の活用により地域特定のオリジナル製品開発が可能か。
4. 地方行政、農協、消費者団体・グループなどとの情報網は確立されているのか。
5. 農産物は安定した量的供給が見込めるのか。また、農産物の安全・安心の信頼は十分か。
6. 農産物の供給コストは開発製品の販売価格に見合い、採算がとれるのか。
7. 販路開拓における顧客のターゲットの層をどこに求めるのか。
8. 流通チャンネルは構築できるのか。
9. 宣伝広告などの周知活動はどうするのか。
10. 新製品開発費用などの資金調達はメドがついているのか。

食農連携は新しい試みだけに、地方行政に支援を仰ぐことも難問解決に結びつく。



「むすびや」

住所：宮城県大崎市鳴子温泉字要害34

代表者：北浦 ひろみさん（店長） 電話：0229・84・7367



地域再生へ米作りの絆

宮城県の北西部に位置する鳴子温泉郷は、日本にある11種類の泉質のうち9種類が湧き出し、約400本の源泉がある。湯治場として長い歴史があり、効能と泉質のよさに定評がある。紅葉の名所として、また名産品の鳴子こけしを求めて多くの人々が訪れる観光地だ。そして鳴子温泉郷の玄関口に平成21年12月にオープンしたのが、鳴子産の米を使ったおむすびを提供する「むすびや」である。

元は農協の農産物加工所だった建物を改装したという小さな店「むすびや」。ガラス戸を開けると、カウンターにおむすびの見本が並ぶ販売コーナーと木のテーブルといすを置いた食事

スペースがある。

迎えてくれたのは店長の北浦ひろみさんだ。「鳴子産の『ゆきむすび』は冷めても美味しいお米です。おむすびにすると格別ですよ。人気



「むすびや」の外観と道路際に立つ店の看板。
国道47号線沿いにあるので見つけやすい





販売・調理スタッフ。左端が店長の北浦ひろみさん



素朴な木の味わいがある食事スペース。壁には、「鳴子の米プロジェクト」の活動を示すパネルが並ぶ

があるのは青菜巻きと麴南蛮味噌焼きでしょうか。たくさんお客さんが来てくれて、嬉しい悲鳴をあげています」。土曜・日曜の昼のみ営業で、温泉に来た人が行きがけ、帰りがけに店に寄ることが多いという。

メニューは、おむすびが10種類。梅おかか入り／黒ごま、塩むすび、きなこむすび、梅干し／海苔、くるみ炊き込み、しそ巻き入り／白ごま、古代米炊き込み、味噌漬け混ぜ込み、麴南蛮味噌焼き、青菜巻き。食材のほとんどが大崎市、宮城県内の生産者が作っているもの。そして「小昼らんち」は地元野菜たっぷりの汁物と煮物、漬物の小鉢に、好きなおむすび2個が選べるセット。お盆、箸、椀、皿は、鳴子の杉、柳、榛の木を活かした手作りの器で、食材の味を引き立てている。小昼と



10種類あるおむすび。選ぶのに迷う楽しみも



地元の野菜がたっぷり食べられる「小昼らんち」



人気のある青菜巻き(手前)と麴南蛮味噌焼きのおむすび

は昔、農家が野良仕事の合間に食べた軽食のこと。現代人には十分なヘルシーランチといえる。

「むすびや」はNPO法人「鳴子の米プロジェクト」が運営している。店が誕生した背景には、鳴子の食と農、地域の暮らしを地域の人々で支えようと平成18年に始まった「鳴子の米プロジェクト」の活動があった。山間地の耕作放棄地が増え続け、また農業政策転換で、鳴子のほとんどを占める小規模農家が国の支援を受けられない状況になった。農村風景が変わってしまうことは観光面にも影響してくる。そんな危機感から、農家だけでなく、行政、旅館、住民、都市部から駆けつけた学生なども集まって地域再生のために勉強と議論を重ね、地域の人々の働きが報われる本当の農と食の豊かさをみんなのつながりで守り育てるという哲学を共有することになった。

まず着手したのが、売れるブランド米を追うのではなく、山間地でも無理なく作れる品種の栽培。地元農業試験場の支援を受け「東北181号」の試験栽培に鳴子鬼首地区の3軒の農家が挑戦した。さらに農家が安心して米作に取り組めるよう、妥当な価格で事前予約する販売の仕組みを作った。現在、農家が受け取る金額(生産者米価)は1俵(60kg)当たり13,000円以下、宮城県調査の平均コスト約9,800円を差し引くとやっつけられない状況である。そこで「鳴子の

理事長の上野健夫さん（手前）。手間をかける農業を大切にしている



「米プロジェクト」は、販売価格を1俵24,000円、農家の手取り額を18,000円、差額の6,000円を活動持続のための運営費とした。運営費は行政に頼らない自主財源として、田植え・稲刈り時の交流会事業や若者の農業受け入れ支援などの費用にあてている。平成19年末、東北181号は「ゆきむすび」として新品種登録された。雪深い地で育ち、人と人が助け合う「^ゆ結い」の願いが込められた名前である。

米の買い手は、地元の鳴子観光ホテル、ゆさや旅館、大正館を始めとする旅館、ゑがほ食堂、ふじや食堂などの飲食店、町内の住民や鳴子地域外の個人など。「ゆきむすび」は、うるち米ともち米の中間の特性を持つ低アミロース米で、冷めても硬くならず、もちもちとした食感が特徴。旅館や飲食店にとって、買い支える米を提供することが鳴子ならではのセールスポイントとなったのである。

平成20年10月、「鳴子の米プロジェクト」は農家36人、旅館6軒など約50人の会員でNPO法人化、もっと多くの人に「ゆきむすび」を味わってもらいたいと「むすびや」開店となった。

当初30a で始まった栽培面積は13haへと増加、賛同する農家も36人になり、平成21年の収穫量は850俵に。

理事長の上野健夫さんは、次のように話す。「作る人と食べる人が信頼して支え合う関係作

りが大切ですね。農家は『ゆきむすび』の稲刈り後、手作業の杭がけで自然乾燥をしていますが、美味しく食べてほしいから手間を惜しみません。おかげで農家同士も作業を手伝うようになり、つながりができてきました。買う側はおむすび1つ食べることからこのプロジェクトに関わることになりましたね。おむすびは豪華じゃないけど、やっぱり日本の味。『むすびや』が農村の原風景を守る発信基地になるよう活動していくつもりです」。

鳴子の農と食は、効率化ではなく、手をかけるといふ価値を発揮することで、豊かさが循環していく仕組みなのである。こうした農消連携による地域再生への取り組みが評価され、NPO法人「鳴子の米プロジェクト」は今年1月、地域づくり総務大臣表彰の表彰団体に選ばれた。

店のスタッフは、プロジェクトメンバーである農家のお母さんたちを中心に、地域外の応援者も手伝いに来て、いきいきと働いている。「お米をとぐ時から、美味しくな一れと心をこめておむすびを作っています。お客さんが待っていてくれるのが嬉しいですね」と店長の北浦さん。おむすびとともに人のつながりが広がっていくことを願っている。



学生の応援チームも加わっての稲刈り後の杭がけ作業

「フェアトレード」を実践



常務の澤田慎也さん

徳島市内でデリバリー弁当とカフェのチェーン店「CHA-CHA HOUSE COFFEE」を経営する「有限会社茶茶家」。同社の常務でカフェ部門を担当する澤田慎也さんは平成20年、大手

企業との差別化を図るため、生産者・販売業者・消費者などすべてが喜ぶ「フェアトレード」という、新しい連携をスタートさせた。現在では徳島産の食材を使った新しい商品を次々に開発、店の人気商品となっている。この「フェアトレード」では県立小松島西高等学校の教師と生徒が徳島県産食材による商品作りと製

品化に積極的に参画するというユニークな活動が背景にある。

「CHA-CHA HOUSE COFFEE」城南店は、創業者で社長の澤田邦子さんが指揮をとる、デリバリー弁当の拠点として機能している店だ。一方、カフェ部門の運営は、常務の慎也さんに任されている。カフェとしての利用客が多いのは、「マルナカ徳島店」と「羽の浦店」。どちらもショッピングセンター内（インショップ）という、今の時代にあわせた店舗形態だ。この2店舗で、農業と連携した新商品が販売されている。

「CHA-CHA HOUSE COFFEE」は、今から約27年前にオープン。その時々ニーズにあわせ、場所やメニューを変えながら、徳島のカフェ文化をリードしてきた。しかし、大手の徳島進出が相次ぎ、「価格勝負になると生き残るのは難しい」と考えた慎也さん。差別化

を図るために目を付けたのが、地元徳島の食材だ。東京や大阪で高い評価を受けている徳島の食材を上手に活用すれば、大手企業とは一線を画すメニューが生まれるはず。そう考えて、小松島西高校の「TOKUSHIMA^{おから}雪花菜工房」と手を組んだので



▲インショップの「CHA-CHA HOUSE COFFEE」
マルナカ徳島店



ゆったりとしたスペースの店内▶



「TOKUSHIMA雪花菜工房」との連携を示す手書き広告

ある。

「TOKUSHIMA雪花菜工房」は、県立小松島西高校の鈴鹿剛教諭が立ち上げた模擬会社。きちんと収支を出すことを前提に、生徒と一緒に徳島県産食材による商品作りと製品化を行っている。

この連携でまず誕生したのが、徳島の食材を使ったアイスクリーム。東京や関西圏からの引き合いもあるヒット商品だ。鈴鹿教諭が目指すのは、一次生産者・加工業者・販売業者・消費者、すべてが喜ぶ「フェアトレード」。「CHA-CHA HOUSE COFFEE」が販売部門になってくれば、「TOKUSHIMA雪花菜工房」としてもメリットがあるということで、農家、「TOKUSHIMA雪花菜工房」、「CHA-CHA HOUSE COFFEE」3者の連携がスタートした。

「フェアトレード」第一弾として開発したのは「^{さなごうちぞん}佐那河内村いちごスムージー」。佐那河内村で作られる高級いちごを使用したスムージーで、その味は格別。一杯600円と高めの値段設定ながら、季節を問わず注文のある人気商品となった。「佐那河内村のいちごは、ほとんど関西に出荷されて県内の人々が口にすることが少ないんです。でもこのスムージーを通して、みんなが味わって喜んでくれた。地元のおいしいものを、地元の人に食べて欲しいんですよ」という慎也さん。

第2段となる「徳島すだちソルベ」(460円)も徳島のすだちを使用。酸味の強いさわやかなシャーベットドリンクで、暑い時期にうってつけの商品となった。さらに、冬にもおいしく飲めるものというコンセプトで開発されたのが、第3弾となる「佐那河内村ホットすだちハニー」(460円)。佐那河内村のすだちと国産ハチミツによる、ホットレモンテイストのヘルシーなドリンクだ。佐那河内村のすだちと一番合うハチミツ探しに苦労したという。連携から生まれた商品は、現在この3種類。今後も、「TOKUSHIMA雪花菜工房」とともに、新しい商品を開発していく予定だ。

一方、佐那河内村のいちご、すだち生産者にとっても、この連携は新しい取り組みになる。今までは農協に卸す以外に販売方法を持っていなかった農家が、直接取引できるようになった。価格もフェアトレードの精神にのっとり、通常の卸価格より高く設定。メリットは大きい。難点があるとすれば、取り引き量(生産量)の設定だ。平成20年は、初めての取り組みと言うことで少なめに設定したところ、初秋には品切れになってしまった。もちろん多く設定しすぎると、余ってしまうので、売れ行きをみながら、ベストの取引量を見極めていく予定だ。

徳島の農家が生み出す質の高い食材を使うことで、他にない差別化された商品を開発し、店の武器としている「CHA-CHA HOUSE COFFEE」。地元密着の飲食店だからこそ出来る工夫ではないだろうか。



徳島すだちソルベ(左)、佐那河内村ホットすだちハニー(中)、佐那河内村のいちごスムージー(右)

ヤマトイモを名物料理に



「頓原ラムネ温泉」の外観

広島県との県境にほど近い、中国山地に囲まれた町、島根県飯石郡飯南町。この町ではヤマトイモを新しい町の特産品にしようと、町をあげてのPR活動が行われている。その中でも話題を呼んでいるのが、ヤマトイモを使った料理の開発。飯南町と生産者、町内の飲食店が協力して、ヤマトイモ料理を新しい町の名物にしようと取り組んでいる。協力店の一つである「頓原ラムネ温泉」取材した。

飯南町でヤマトイモの生産が始まったのは、平成8年から。旧赤来町（平成7年に飯南町に合併）が、新しい転作奨励作物として導入したのが始まり。その後、生産量は年々増え、現在では30戸の農家が約年間20tを生産するまでになった。

ヤマトイモは、天然の山芋である自然薯しねんじょに匹敵するほど粘りが強く、豊かな風味と栄養

を持ち、近年は健康食材としても注目されている。特に、飯南町のヤマトイモは、標高450mの飯南高原で栽培されており、寒暖の差が大きい気候と肥沃な土壌によって、独特の粘りはもちろんのこと、風味や旨みが濃いと評判だ。

ヤマトイモは県内外に出荷されているが、飯南町内でそれを味わえる店がなかった。そこで平成21年、飯南町政策推進課とヤマトイモ生産組合が、町内の飲食店や宿泊施設などに協力を仰ぎ、オリジナルのヤマトイモ料理を開発し、メニューに加えて

てもらった。「頓原ラムネ温泉」にも協力依頼があり、平成21年5月からヤマトイモ料理を食堂のメニューに加えている。

「まずはヤマトイモの美味しさを地元の間人が実感しないと、県外に胸を張ってPRできませんよね。町からの協力依頼には全面的に協力しようと思いました。町の名物料理が増えるのは良いことですし、町の活性化にもつながります」と、「頓原ラムネ温泉」（株式会社



主任の安部孝志さん（左）と、フロント係の石飛栄さん



▲飯南町特産のヤマトイモ

「ヤマトイモ定食」(850円)。使われる▶
食材のほとんどが、飯南町産だ



ピッタリなアイデア料理だ。

『ヤマトイモ定食』はとても評判がよく、だんだんと認知度も上がってきていると思います。栄養価も高く、ヘルシーな食材なので、幅広い年代の人に味わっていただける料理だと思います。この

あゆみ」経営)の主任、安部孝志さんは語る。

「頓原ラムネ温泉」は、飯南町頓原地区の町はずれにある、120年の歴史を持つ温泉である。明治20年ごろから湯治場として多くの人を癒してきたこの湯は、鉱泉水に大量の炭酸ガスを含む日本有数の「炭酸泉」。入浴すると、体内に炭酸ガスが吸収されることにより、全身の血管が拡張され、血管の流れがスムーズになると言われており、健康効果の高い温泉として知られている。

ヤマトイモのメニューは、温泉に併設されている食堂で味わうことができる。代表メニューの「ヤマトイモ定食」は、とろろを中心にした、地元食材をふんだんに使った品数豊富な定食である。一般のとろろは醤油味が多いが、飯南町では味噌で味付けするのが特徴。地元産の大豆で仕込まれる「頓原みそ」を使い、カツオや昆布のだしと一緒に、食べやすい濃度までヤマトイモを溶きのぼしていく。ヤマトイモの風味を味噌の香りが一層引き立て、炊きたてのご飯にぴったりである。

定食についている「ヤマトイモの磯辺揚げ」は、箸でつまめるほど粘りが強いイモだからできる一品。すりおろしたヤマトイモを海苔で巻き、油で揚げたシンプルな料理だが、加熱されたヤマトイモがフワフワの食感となり、ご飯のおかずはもちろん、おつまみとしても

温泉は昔からの湯治場だったので、この施設も長期滞在などができるような施設にしていきたいと考えています。そのためには、『食』も大切。ヤマトイモはもちろんのこと、地元健康食材を使った味覚もどんどん取り入れて、お客様に提供していきたい」と安部さん。

「頓原ラムネ温泉」のほかにも、「ヤマトイモ定食」や「とろろ飯」を提供する店がほかに2軒あり、さらに道の駅のレストランではヤマトイモを洋風にアレンジした「ヤマトイモ・リゾット」もメニュー化されている。またヤマトイモのコロッケや、ヤマトイモの粉末を加工したお菓子の開発も進められている。これからは飯南町では、続々と新しい名物が生まれそうである。



源泉は無色透明だが、空気に触れると
黄金色の濁り湯に変化する

特相員だより



Sマーク加盟で経営を確かなものに

群馬県飲食業生活衛生同業組合・経営特別相談員

中島 市郎

私は、群馬県北部の水上温泉郷を抱える沼田支部に所属し、副理事長兼特相員部会長を務めています。

17名で構成する特相員部会は、創設以来「生衛融資制度」の積極的な活用を推進してきました。しかし、激しい経済変遷の中で平成10年ころより「改善資金」の事故口が目立ち始め、平成13年には高事故率団体に陥り、「事故改善報告書」の提出を求められてきました。組合あげての緊急改善策として、①適正推薦のための県指導センターによる研修会の強化、②高額申し込み口の振興事業資金への申し込み奨励、③事故口案件のきめ細かな完済相談、④現況説明会の頻度開催、等の実施に努め、平成20年によく高事故率団体を返上することができました。

この苦境の中で私なりに教訓として得たことは、当たり前のことですが、場当たりの資金運用をなくし、お店

の経営状況をしっかりと把握した上で、無理のない計画的な制度利用をすることが肝心であると痛感しました。現在は組合事業として、底力ある経営力を構築する一環として、地域特産品を活用した新メニューの開発等に取り組み、また経理面ではリアルタイムに業況を把握できる会計ソフト等の導入による経営の合理化を推奨しています。

生衛組合のあり方を見つめつつ、組合員が一丸となって地域の食文化の発展向上に努め、「標準営業約款（Sマーク）登録店」加盟によりニーズに適った、より質の高い「食とサービス」の提供店となることを願っています。

平成23年夏には、県とJRグループ6社が一体となって全国からの集客を図る「群馬デスティネーションキャンペーン」が実施されます。「鶴舞う形の群馬県」へ美味しいものをたくさん食べに来て下さい。

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/)

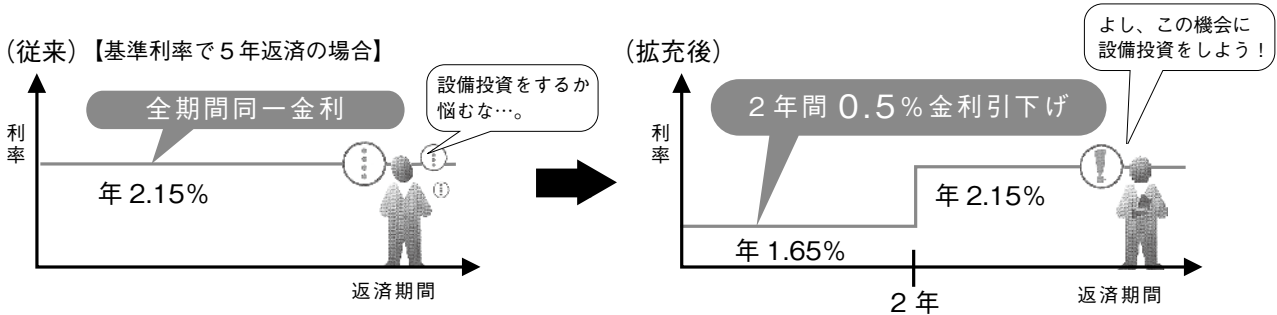


日本政策金融公庫
国民生活事業

日本公庫の融資制度が拡充されました！

平成21年度第2次補正予算成立により拡充された、設備資金貸付と生活衛生セーフティネット貸付についてご紹介します。

政府の経済対策により設備資金の利率が低減！！



振興計画の実施、雇用創出、環境対策などの設備投資を行う場合は、お使いみち等により特別利率がご利用いただけます。

【借入当初2年間の利率】	(従来)	(拡充後)
◆ 特別利率Dの場合	年 1.00%～	⇒ 年 0.50%～
◆ 特別利率Bの場合	年 1.50%～	⇒ 年 1.00%～

※適用対象には条件がありますので詳しくは最寄りの支店にお尋ねください。

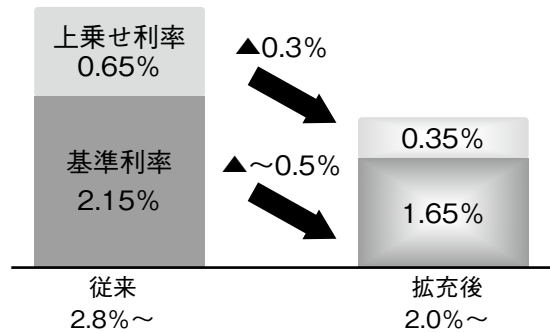
政府の経済対策により生活衛生セーフティネット貸付がさらに拡充！！

金利の引下げ

最大0.8%の引下げ！

- ① 第三者保証人等を不要とする場合の上乗せ利率
・・・ 年0.3%引下げ
- ② 業況が特に悪化している方
・・・ 年0.3%引下げ
- ③ 雇用の維持・拡大を図る方
・・・ 年0.2%引下げ

生活衛生セーフティネット貸付
(第三者保証人等を不要とする場合)



生活衛生セーフティネット貸付（経営環境変化資金）（運転資金）

ご利用いただける方	ご融資額	ご返済期間	利率（年利）
社会的、経済的環境の変化等により、売上が減少するなど業況が悪化している方等	5,700万円以内	運転 8年以内	1.65%～

(注) お申込の際は、「振興事業に係る資金証明書」が必要となります。

ご注意

- ※利率は平成22年3月10日現在のものです。
- ※ご返済期間等によって異なる金利が適用されます。
- ※金利は金融情勢によって変動いたしますので、お借入金利は、記載されている金利とは異なる場合がございます。
- ※担保や保証人については、お客さまのご要望に弾力的に対応します。
- ※審査の結果、お客さまのご希望に沿えないことがあります。



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9日、東京・新橋の全国生衛会館で平成22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。

日本政策金融公庫常務取締役の中村吉夫・生活衛生部門長、全国生活衛生同業組合中央会の小宮山健彦専務理事の挨拶に続いて、厚生労働省健康局生活衛生課の新津幸義・課長補佐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9億2,500万円、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助成費2億3,300万円。さらに食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律に基づく基本方針が平成19年度に改正され、平成24年度までにリサイクル実施率40%という目標が設定されていることから、実態調査を実施し、指針の見直しを行い、より一層の食品リサイクル推進を図る「食品循環資源再利用推進事業費」として新

規予算600万円が盛り込まれた。

都道府県生活衛生指導センターへの補助は4億9,200万円。このうち、①新型インフルエンザ等の感染症の拡大防止対策の普及啓発②消費者・利用者の苦情処理を円滑に行う体制の整備として新規予算1,700万円が盛り込まれた。

次いで日本政策金融公庫国民生活事業本部の依田晶男・生活衛生融資部長が平成22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1,400億円。また、貸付制度の主な改正は以下の2点。

①貸付利率の引き下げ措置の延長

- ・貸付対象者：事業計画書を策定し、生活衛生同業組合の検証を受けた組合員
- ・設備資金：特別利率C⇒特別利率D
- ・運転資金：基準利率⇒特別利率A

②特別利率対象品目の拡充

- ・「店舗等」の適用要件緩和⇒支店開設、移転等にかかわらず、店舗（建物）購入費用、入居保証金等を特別利率の対象に追加、等

各業種全国連合会の全国大会・総会開催予定表

平成22年度

業種	開催日	開催地	会場	大会・総会等の名称
氷雪	5月19日(水)	熱海市	古屋	平成21年度通常総会
興行	5月26日(水)	札幌市	ジャスマックプラザホテル	平成22年度全興連通常総会 北海道大会
クリーニング	5月29日(土)	東京都千代田区	ホテルニューオータニ	第52回通常総会
食鳥肉	6月2日(水)	京都市	ホテルグランヴィア京都	全鳥連創立50周年記念式典、平成22年度全国大会(京都)
旅館	6月8日(火)	岐阜市	岐阜グランドホテル	第88回全旅連 全国大会
飲食	6月9日(水)	別府市	別府ビーコンプラザ	第48回全飲連 全国大分県大会
浴場	6月14日(月)	名古屋市	名古屋観光ホテル	第52回全国公衆浴場業者 愛知県大会
料理	6月14日(月)	長崎市	ニュー長崎ホテル	第98回全国料理業 長崎大会
喫茶	6月22日(火)	神戸市	ポートピアホテル	第55回全喫飲連全国大会・兵庫大会
食肉	6月23日(水)	横浜市	横浜ベイシェラトンホテル&タワーズ	第51回通常総会・神奈川大会
麺類	7月7日(水)	横浜市	横浜市開港記念会館	第76回全国麺類飲食業者 神奈川大会
社交	10月4日(月)	大阪市	大阪国際会議場(グランキューブ大阪)	全国社交飲食業代表者 大阪大会
すし	10月5日(火)	徳島市	アスティとくしま	第53回全国すし連 徳島大会
理容	10月17日(日)	香川県	未定	平成22年度各種表彰式典、第152回臨時総会・同評議員会
中華	10月27日(水)	千葉市	ホテルグリーンタワー千葉	第43回全国中華料理業 千葉大会
美容	11月16日(火)	岡山市	岡山県総合グランド体育館(桃太郎アリーナ)	第38回全日本美容技術選手権大会
厚労省・全国生衛中央会	10月26日(火)	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等の表彰式を挙げる日

せいえい 掲示板

★上映スケジュールデータ 配信サービスがスタート

全興連など4団体で構成する「映画館に行こう！」実行委員会は、このほど「上映スケジュールデータ配信サービス」をスタートさせました。

今回の「上映スケジュールデータ配信サービス」は、全国の劇場の上映スケジュールを集めて一覧にし、全国の映画ファンのニーズに応えるだけでなく、併せてこのデータをあらゆるメディアに無料開放し、できるだけ

多くの媒体で映画館情報が溢れるようにしよう、というのが狙いです。

上映スケジュールは同委員会が参加意思を確認した、全国611館(3,260スクリーン)から収集し、「映画館に行こう！」サーバーにて一元管理。上映スケジュールの一覧は、当サイトを通じて、直接閲覧いただけます。

映画館に行こう！URL：
<http://www.eigakan.org/>

◆理容店のPOPイラストコンテスト 入賞作品発表

全国理容連合会では、理容店に掲示するPOP広告に使用するイラストを募集しました。

募集の結果、全国の理容師のほか、プロのイラストレーターやデザインを学ぶ学生など、さまざまな方から合計で256点にもおよび作品が寄せられ、厳正な審査の結果、下記の作品が入賞しました(敬称略)。

▽最優秀=林由美(埼玉県)=右のイラスト

▽優秀=山崎誠洋(東京都)、朝岡洋子(東京都)、三浦葉子(岩手県)、白木久美子(石川県)、池脇はるみ(神奈川県)

▽入選=中橋春香(北海道)、関口和彦(東京都)、糸永愛(山口県)、大石茉莉奈(神奈川県)、上野弘喜(熊本県)、和田純佳(和歌山県)、見川桂子(新潟県)、宇都宮まどか(福岡県)、足立理江(兵庫県) 弓木栄(京都府)



なお、審査委員は次の4氏です(敬称略)。大森利夫(全国理容連合会理事長)、池上良一(同連合会文化広報委員長)、池田道治(全理連中央講師会幹事長)、金城龍男(イラストレーター・画家)

全理連URL：<http://www.riyo.or.jp/>

♠「かごしま温泉郷」マップ発行

鹿児島市内にたくさんある温泉を紹介した、まち歩きマップ「かごしま温泉郷」を、県公衆浴場業生活衛生同業組合(83組合員)が発行しました。鹿児島市内には270を超える源泉があり、全国の都道府県庁所在地の中では最多と言われています。泉質も多様で、組合加盟の約6割を同市の温泉施設が占めています。新幹線の全線開業を控え、同組合が

「温泉地・鹿児島市」をアピールしようと発行することになりました。

マップはB5判10ページで、約60の銭湯の特徴などを紹介。また、天文館やJR鹿児島中央駅の周辺などの名所旧跡も解説してあり、3万部を作成し、駅やホテルなどに置いています。マップにあわせてホームページも開設しています。

かごしま温泉郷URL：
<http://www.kagoshima-onsen1010.net/>

飲食店営業(めん類)、旅館業、浴場業の振興指針概要について

今般、飲食店営業(めん類)、旅館業、浴場業の振興指針(以下、「振興指針」という。)が改正され、平成22年3月5日の官報に告示されました。

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宛て通知されましたのでお知らせいたします。

振興指針は、生活衛生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資す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、改正された振興指針は、生活衛生営業をいかに振興し、衛生水準の維持向上及び国民生活の安定に寄与していくかを反映させており、平成22年度から5ヶ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、各都道府県の生活衛生同業組合は、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を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飲食店営業(めん類)、旅館業、浴場業の改正のポイント及び主に営業者に対する組合・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させていただければと考えております。

詳細は以下の厚生労働省ホームページを参考(<http://www.hourei.mhlw.go.jp/hourei/new/hourei/new.html>)

1 飲食店営業(めん類)のポイント

- ・消費者に安全で良質な商品の提供
- ・消費者の信頼を得るための産地情報等の情報提供が重要
- ・健康的な食品として女性や子どもの需要の掘り起こし
- ・新メニュー等の開発による消費者の要望に応える
- ・そばについては、製麺方法の見直しによる高品質のそばの提供
- ・外国人旅行者等の顧客の利便性を図るため、メニュー等の外国語表示の充実

2 旅館業のポイント

- ・安全上及び衛生上の問題に注意が必要な営

業

- ・観光客又はビジネス客に依存し、利用者の形態によるサービス提供が重要
- ・設備投資に際し、借入金に依存する割合が高い業態
- ・債務の圧縮等の明確な経営方針の確立が必要
- ・地域の中の旅館業同士又は異業種との連携した経営が必要
- ・外国人旅行者の積極的な受入

3 浴場業のポイント

- ・安全な入浴サービスの提供
- ・新規利用者の掘り起こし
- ・地域に密着したサービスを提供し、地球環境に配慮した経営

- ・地域住民の健康増進の役割
- ・浴場の経済性や癒しの場としての効果の積極的な情報提供

4 共通のポイント

- (1) 衛生水準の向上のための技術、知識及び意識の向上に関する事項
 - ・営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催
 - ・営業者及び従業者の衛生管理の手引やパンフレットの作成による普及啓発
 - ・衛生管理体制の整備を充実
- (2) 施設及び設備の改善に関する事項
 - ・衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言、情報提供
 - ・少子・高齢化社会等や省エネルギー、環境保全に配慮した施設及び設備の改善に対して指導
- (3) 消費者の利益の増進に関する事項
 - ・サービスの適正表示や接客手引の基本となるマニュアルの作成
- (4) 経営管理の合理化及び効率化に関する事項
 - ・経営管理の合理化等に関する講習会及び研修会の開催
 - ・経営環境に関する情報等の将来の展望に関するデータ収集並びにこれらの情報提供
- (5) 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項
 - ・基礎的な接遇や技術の向上に関する研修会及び講習会の開催
- (6) 取引関係の改善及び事業の共同化等に関する事項
 - ・関連業界との連携強化
 - ・購入事業等の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導
- (7) 従業者の福祉の充実に関する事項
 - ・従業者の労働条件整備、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援
 - ・医療保険（国民健康保険又は健康保険）、年金保険（国民年金又は厚生年金保険）及び労働保険（雇用保険及び労働者災害補償保険）の加入等に係る啓発
 - ・組合員等の利用する福利厚生の実施並びに共済制度（退職金、生命保険等）の整備及び強化
 - ・男女共同参画社会の推進及び少子・高齢化社会への適切な対応に配慮した従業者への福祉の充実
- (8) 事業の承継及び後継者支援に関する事項
 - ・事業の円滑な承継に関するケーススタディ、成功事例等の経営知識の情報提供及び後継者支援事業の促進
- (9) 地域との共生に関する事項
 - ・地域の自治体等と連携しながら、地域社会において様々な活動を企画し、指導又は援助を行うことができる指導者の養成
 - ・業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色ある取組を支援

生活衛生関係営業の景気動向等調査結果概要

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 中塚 博和

生活衛生関係営業の景気動向等調査は、(株)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。

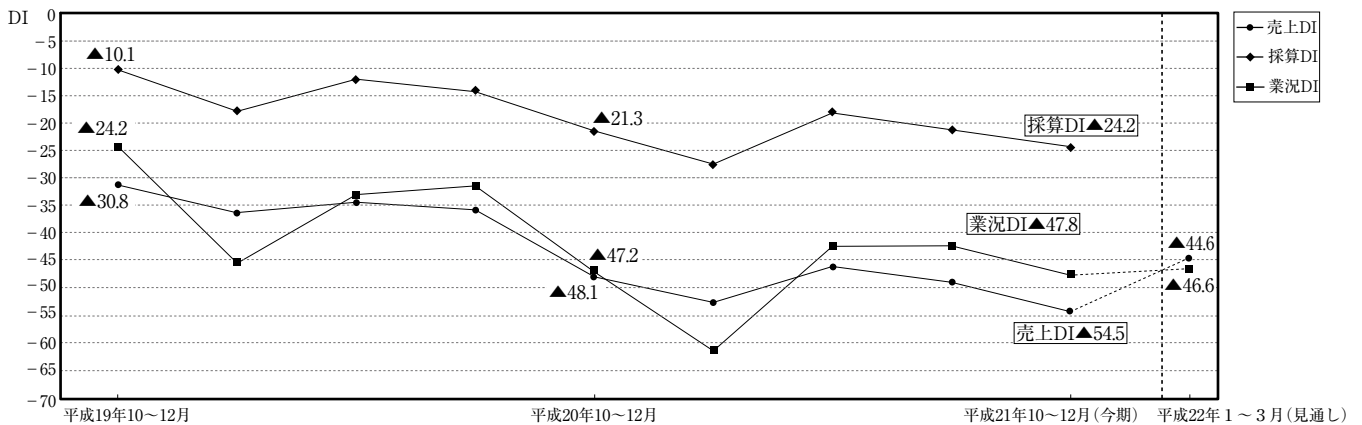
～依然として厳しさ続く生活衛生関係営業の景況～

今期(平成21年10～12月期)の「売上」「採算」「業況」の各DIは、▲54.5(前期比5.4ポイント低下)、▲24.2(同3.1ポイント低下)、▲47.8(同5.4ポイント低下)となり、3項目全てで低下しており、前年同期と比べても3項目全てで低下しています。

長引く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



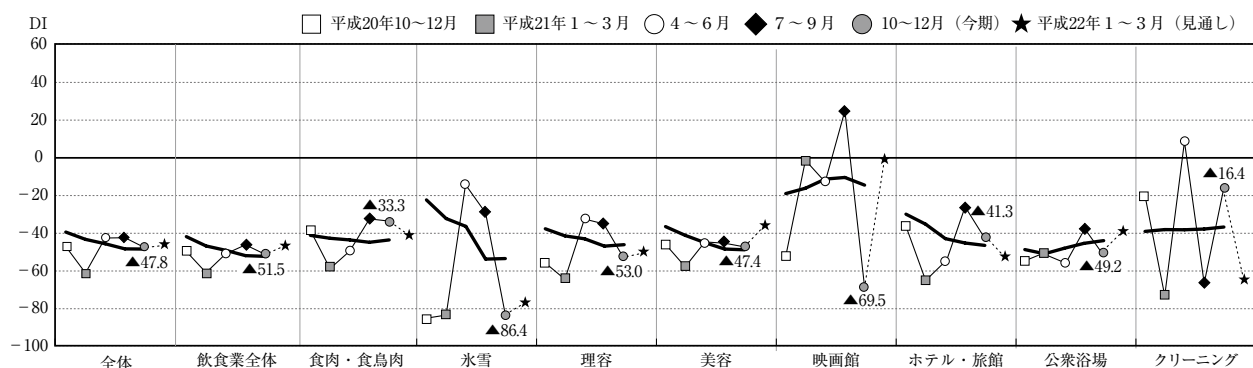
業況DIを業種別にみると、前期に比べ「クリーニング業」を除く8業種で低下しました。特に「映画館」は比較可能な平成9年4～6月期以降で最低の水準となりました。

4期間移動平均でみると、「食肉・食鳥肉販売業」「理容業」「公衆浴場業」「クリーニング業」で上昇した一方、「映画館」「ホテル・旅館業」で低下しました。他の3業種は横ばいとなっています。

来期の見通しは、「食肉・食鳥肉販売業」「ホテル・旅館業」「クリーニング業」で低下を見込んでいますが、他の6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



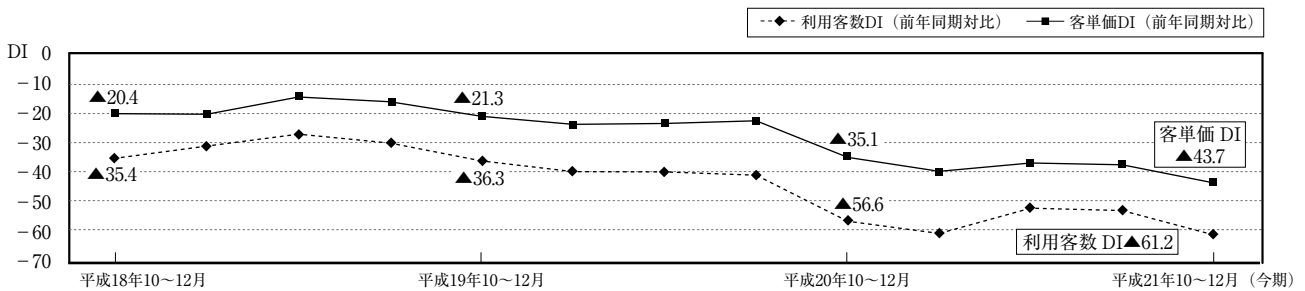
(注) 太線は4期間移動平均の推移

利用客数DIは、前期から8.2ポイント低下して▲61.2となり、前年同期に対しては4.6ポイント下回りました。11期連続で前年同期の水準を下回り、平成9年4～6月期以降で最低の水準となりました。

客単価DIは、前期から6.1ポイント低下して▲43.7となり、前年同期に対しては8.6ポイント下回りました。9期連続で前年同期の水準を下回り、平成9年4～6月期以降で最低の水準となりました。

※利用客数DI=前年同期対比「利用客数増加」企業割合-「利用客数減少」企業割合
客単価DI=前年同期対比「客単価上昇」企業割合-「客単価低下」企業割合

図3 利用客数DI、客単価DIの推移



～依然として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10～12月期）に設備投資を行った企業の割合は9.7%と、前期（10.6%）に比べ0.9%低下しましたが、前年同期では横ばいとなりました。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、前期にわずかながら上昇となり、今期は横ばいとなっています。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依然として冷え込みが続いています。

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」25.0%、「公衆浴場業」15.6%、「食肉・食鳥肉販売業」12.8%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」「理容業」「映画館」「ホテル・旅館業」「クリーニング業」の5業種でした。「ホテル・旅館業」は前年同期と比べて、6.7%増加しています。

図4 設備投資実施割合の推移

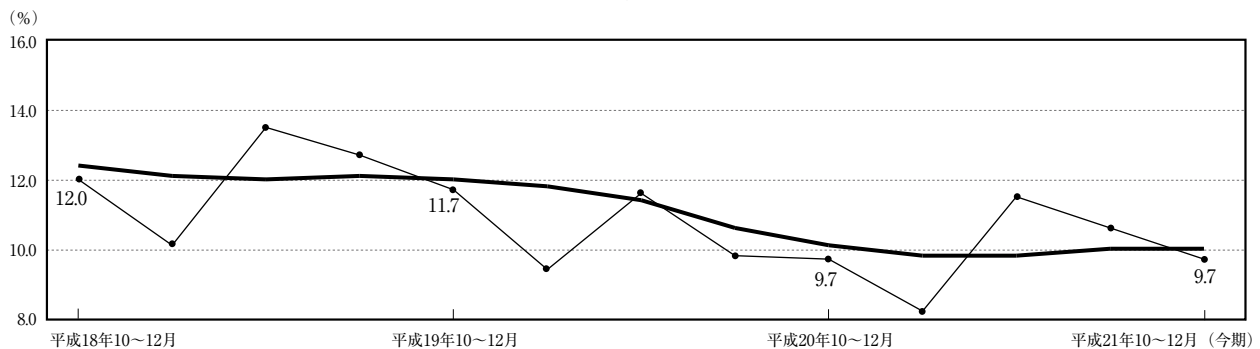
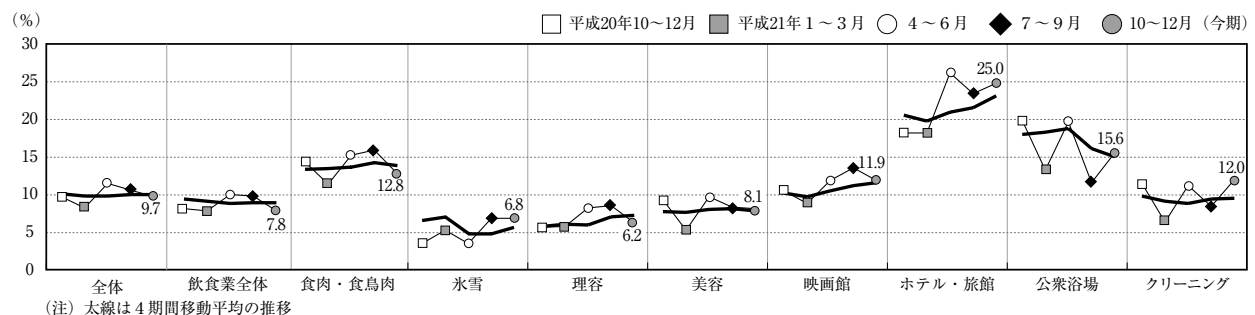


図5 業種別設備投資実施割合の推移



“改正でより強い消費者の味方に”

＜改正特定商取引法の要点＞

＜社団法人全国消費生活相談員協会参与 渋谷 絢子＞

■特定商取引法改正の要点

昨年12月1日から「改正特定商取引法」が施行になりました。この「特定商取引法」は悪質商法の対象になりやすい販売方法を規制する法律で、その規制対象になっているのは、訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引、特定継続的役務取引の6つの取引形態です。

この法律は消費者を悪質商法から守るためのもので、改正された特商法はより強い消費者の味方になりました。しかし、それも消費者自らが内容を知って使わなければ効果を発揮しませんので、今回は、出来るだけ利用できるように具体的な場合を挙げながら考えてみます。

1) 法の規制対象範囲が拡大

訪問販売、通信販売、電話勧誘販売の場合を中心に、法の対象を指定商品、指定役務の形から、指定制を廃止（指定権利はそのまま）して原則全ての商品、サービスを規制の対象にしました。

改正までは、次々と現れる新しい商品について指定の対象とはなっていなかったため、法の適用を免れていました。そのため様々な手口が使われて消費者被害も広がり、社会問題となると、ようやく法律が改正されて新たに指定されることで法の対象となるという“後追い”が繰り返されてきました。今回の指定制の廃止によってようやく、まず、どんなものでも対象と出来るようになりました。

ただ、他の法律で規定されているものや従来から適用除外となっているもの、また、その性質上、権利や特定継続的役務など指定制が外れなかったものもあります。今回の特商法の改正によって指定制がはずされ、適用を除外するもののみを指定する方向に大きく転

換したことは、消費者被害の救済に係わる者にとって大きな力となりました。

2) クーリングオフの適用範囲が拡大

自動車、電気ガスを除く殆どの商品、サービスがクーリングオフできることになりました。（消耗品の場合のクーリングオフについては、飲んでしまったものは出来ませんが、セットモノのうちの1本だけの場合は、使ったその1本を除く他のものは出来ますので、間違わないで下さい）

3) 使用によって受けた利益の返還は不要

8日間の期間内のクーリングオフであれば商品を使ったことによる利益は殆ど問題となりませんが、クーリングオフ妨害や、過量販売によってクーリングオフする場合は使った期間が長くなることによって受けた利益（不当利得）が発生することも考えられます。こうした受けた利益の支払いを求められることも考えられますので、使ったことによって受けた利益は支払わなくても良いことになりました。

■訪問販売における勧誘規制が強められた

1) 勧誘を断った消費者に再勧誘の禁止

例えば、訪問してきた布団の販売業者に、「買う気はない」と断った消費者に対して、今度はこの手でと、再び勧誘することは電話勧誘と同様禁止されることになりました。

2) 過量販売の禁止

なかなか断れない高齢消費者にとって被害の多い販売方法であり、この過量販売が禁止されたことによって被害救済に大きな効果が期待されます。

過量とは、日常生活で通常必要とされる量

を著しく超えた商品やサービスを契約したときには、特別の理由が無い限り、1年以内であれば解約できることになりました。また、クレジット契約で購入した場合であっても解約できることになりました。

過量という場合は、尋ねてきた販売業者から一度に多量の商品、例えば健康食品を買った場合だけではなく、次々販売といわれる方法、同じ業者が何度も尋ねてきたり、異なる業者が次々に訪れ買わされた場合であっても、消費者が既に過量な商品を購入していることを知っていながらさらに販売した時には、過量販売とみなされ、それ以後に契約したものについては解約可能になります。

改正前であれば、例えば、健康食品を過量に買ってしまったからといって解約は出来ませんでした。これからは出来ますので、ぜひ覚えて置いてください。

■インターネット上の通信販売の規制

最近ではインターネット上での通信販売が増えると同時に、被害も増えています。そのため、インターネット通信販売における広告の規制が盛り込まれました。

1) 事前に消費者が承諾していない電子メール 広告を送ることは禁止

携帯電話を中心に、一方的に多量の広告が送られてきて、中にはワンクリック詐欺などの被害にあう例も増えてきていました。そこで、今回の改正で、広告メールを送る時には事前に同意を得た消費者以外に電子メールによる商業広告を送ることを禁止しました。こうしたオプトインの考え方による規制が取り入れられました。改正前は、消費者から電子メールの商業広告を送らないで欲しいと連絡をした場合のみ（オプトアウト）禁止していましたが、一歩踏み込んだ

形に改正されました。

2) 解約返品制度の実施

通信販売において最もトラブルの多い、解約、返品制度が新たに設けられました。

通信販売の広告のなかに返品について何も表示していない場合は8日以内に、送料を消費者が負担するかたちで返品、解約できることになりました。もし、広告に解約を制限する、例えば4日以内なら返品を受けるとか、未使用の商品のみ返品、解約を受けると書かれている場合はこれに従うこととなります。この解約返品制度は、一般のクーリングオフ制度とは異って商品を返品する代金については消費者が負担することで解約を可能にしていますので、無条件解約の出来るクーリングオフ制度とは異なります。また、この広告は見やすく、そして申し込み画面でも分かるように表示することが義務付けられています。

このほか、次のような点も改正されました。

1) 消費者団体訴訟制度の導入

消費者被害救済のために消費者契約法には消費者団体による訴訟制度ありますが、これが特商法の中にも導入されました。

2) 訪問販売協会の補償業務の強化

協会加盟の会員業者からクーリングオフによる既払い金が戻されない、合意解約したのに返金されないなどのトラブルが発生した時には協会が消費者に補償することになりました。

また、今回の改正で金融商品取引法などに既に導入されている適合性の原則が一部、取り入れられました。高齢者など判断能力が不足していることを知っていながら契約をさせた場合にも指示対象行為の範囲であり、解約や取り消しなどの民事的効果にまでは、及びませんでした。

日本政策金融公庫(国民生活事業)を訪ねて

東京都千代田区大手町1-9-3
 (株)日本政策金融公庫 常務取締役
 生活衛生部門長 中村 吉夫
 U R L <http://www.k.jfc.go.jp/>



中村吉夫常務取締役

店営業及び喫茶店営業を対象とした「衛生環境激変対策特別貸付」の実施など、生活衛生分野におけるニーズに即した資金提供を迅速かつ的確に実施している。

■より利用しやすい制度を目指して

日本公庫は、生活衛生関係営業の振興・発展のため、事業者の視点に立ったサービスの提供に努めているが、一方で、生活衛生貸付制度は利用実績の急激な減少という問題に直面しており、生活衛生貸付の融資実績は5年前と比べて半分近くまで減少している。

中村生活衛生部門長は「生活衛生貸付制度は、経営基盤の脆弱な生活衛生関係営業に不可欠な融資制度として機能してきましたが、今後とも生活衛生関係営業の皆さまにより有効に活用していただくために、見直すべきものがあれば積極的に見直しをしていく考えです」と語る。

この点に関して、厚生労働省では昨年4月から4回にわたり「今後の生活衛生関係営業の振興に関する検討会」が開催され、都道府県生活衛生営業指導センターの運営のあり方、生活衛生貸付制度の利用促進、生活衛生同業組合の活動の促進等について集中的な検討が行われ、8月には中間報告が公表された。その中で、生活衛生貸付制度について、提出書類等の簡素化、生活衛生改善貸付(衛経)の手続

(株)日本政策金融公庫(国民生活事業)(以下「日本公庫」と表記)を訪ね、生活衛生部門長の中村常務取締役に話を伺った。

日本公庫は、旧国民生活金融公庫の融資機能を承継し、平成20年10月にスタートした。生活衛生同業組合、生活衛生営業指導センターなどと密接に連携し、生活衛生関係営業者に対して、生活衛生貸付などを通して衛生水準の維持・向上を支援している。

全国152の支店において、融資のほか経営に関するアドバイスや情報提供を行い、地域の身近な金融機関として、生活衛生関係営業者からも揺るぎない信頼を得ている。

■生活衛生関係営業の各業種に幅広く融資

生活衛生貸付は、飲食店営業

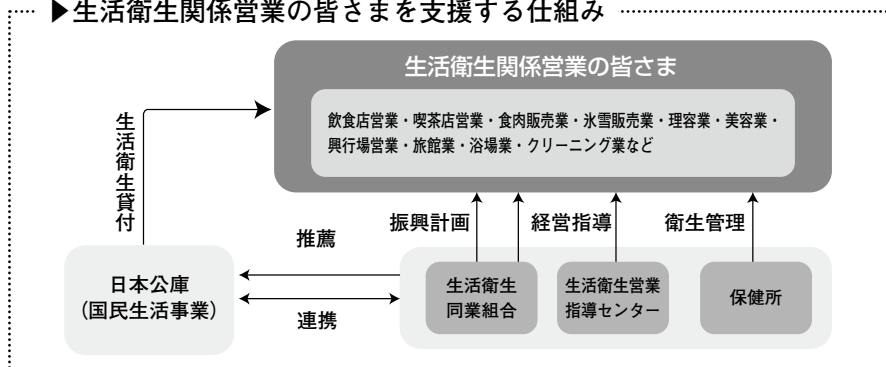
や美容業、理容業、クリーニング業など生活衛生関係営業の各業種に幅広く利用されており、融資先企業数は11万企業に及んでいる。

融資先は、従業員4人以下の事業者が大半で、融資先の約8割が個人企業であり、1企業あたりの平均融資残高も500万円程度と小額であることが特徴である。

近年における生活衛生関係営業は、消費マインドの低迷などを背景として、経営環境の厳しさが強まり、新たな設備投資に慎重になる一方、資金繰りの面から運転資金に対するニーズが高まる傾向が見られるという。

こうした状況を踏まえ、日本公庫は、平成21年度においても、政府の経済危機対策による融資制度の拡充や新型インフルエンザの影響を受けた旅館業、飲食

▶生活衛生関係営業の皆さまを支援する仕組み



生活衛生関係営業の頼れるパートナー

の改善、振興事業貸付の充実等の提言が盛り込まれた。

中村生活衛生部門長は「日本公庫としては、生活衛生貸付制度が生活衛生関係営業の皆さまにより一層利用しやすいものとなるよう、提言の趣旨に沿った制度面・運用面の改善を図っていく考えです」と意気込みを語る。

■生活衛生関係営業に関する情報提供の取組

日本公庫では、融資以外に情報提供にも力を注いでいる。「生活衛生関係営業の景気動向等調査」は、生活衛生関係営業16業種（3,220企業）を対象に昭和59年（旧環境衛生金融公庫時代）から継続して実施されている調査で、生活衛生関係営業の景気動向、設備投資動向及び経営上の課題が把握できる全国唯一の調査となっている。業況の判断理由や経営面での取り組みについては調査先企業の生の声も収集しており、毎回テーマが設定される「特別調査」では、業種ごとの多様な側面を浮き彫りにしている。調査は四半期ごとに行われ、その結

果は公庫のホームページなどを通して広く発信されている。

また、「生活衛生関係営業活性化調査」では、環境問題や地域活性化に積極的に取り組む企業、異業種や地元関係機関などと連携して様々な取り組みを展開する元気な経営者やグループを紹介するなど、先進的な事例を生活衛生関係業者や業界に提供している。

「生活衛生関係営業といっても業種ごとの状況は異なるので、業種ごとに丹念に現状を把握することが重要だと考えています。そうすることで、本当に求められているサービスの向上を図ることができるのです。日本公庫が発信した情報が、生活衛生関係営業の皆さまの様々な課題の解決や経営改善のお役に立てば幸いです」と中村生活衛生部門長は語る。

■新年度に向けて

最後に、平成22年度に向けての抱負をお話いただいた。

「融資面では、平成21年度第2次補正予算の成立を受け、設備資金の利用者に対する融資後2年間の貸付利率の低減（低

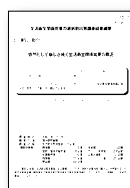
減利率0.5%）やセーフティネット貸付の雇用維持・拡大にかかる金利引下げ措置の拡充（引下げ利率を0.1%から0.2%に拡充）などの支援策を2月中旬から実施しています。4月以降は、これまでに実施してきた各種支援策の取り扱い期限の延長に加え、振興事業貸付における特別利率対象品目の拡充なども実施する予定です。既往のご融資の負担を軽減する観点から、返済条件の緩和等についても、より一層親身に、できる限り個々の実情に応じた柔軟な対応を図ります。

こうした改善措置が有効に活用されるよう、組合やセンターで制度説明会を開催される場合には、支店からご説明に伺いますので、最寄りの支店にお声をかけていただければと思います。金融面からの支援に留まらず、これまで培った経営支援や財務アドバイスの知識や経験も存分に活用し、情報提供サービスなども一層の充実を図り、役職員一丸となって万全の態勢で生活衛生関係営業の皆さまをサポートしていきたいと考えております」。

▶生活衛生関係営業の調査・情報誌

- 【調査】 ●生活衛生関係営業の景気動向等調査（年4回）
●生活衛生関係営業活性化調査（年1回）
・平成20年度「連携で切り拓くビジネスチャンス」
・平成19年度「町と生きる 町を活かす」

- 【情報誌】 ●「生活衛生だより」（季刊）



（景気動向等調査）



（活性化調査）



（生活衛生だより）

*融資制度など、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.kjfc.go.jp/>）

再考 和のこころ

世相ウォッチャー 更科 ケイ

人や物を活かす

術を江戸人に学ぶ

仕事を創り出す名人

江戸っ子は宵越しの金を持たないといわれた。稼いだお金はその日のうちに使ってしまったも、腕や才覚があれば次の日も仕事にありつけたからだという。

企業のリストラが続き、就職浪人が増えている今の日本の社会では通用しない、と多くの人は思うだろう。所詮、江戸時代だからそんな暮らし方ができた、と。

ところが、リサイクル社会の江戸の人たちは仕事を創り出す名人だったという。例えば、飲食店には欠かせない割り箸をみると、まず高級料亭で上等な割り箸が使われる。そこで使用済みになった割り箸は「箸

処」という業者へ運ばれ、削り直されて白木の丸い箸に

仕立て直される。丸い箸は主に蕎麦屋などで使われ、次は、漆を塗って塗り箸になる。塗り箸は、一膳飯屋などで使われ、ここでは何度も洗って使えなくなるまで利用する。

削り箸一つとっても、箸を作る箸屋、箸処、塗り職人が存在する。間伐材や木端を提供する職を入れれば四つの職場があった。和紙にいたっては屑になって燃やされるまで、もっと多様な職があり、江戸の人たちはそれぞれの場で自分を生かす術を心得ていたのだから。

コラボレートのすすめ

商店街がシャッター通り

になっていく街が全国にある。テレビ番組で、ある町の商店街でシャッターを閉めた店舗や倉庫を借り、専門書の古本をインターネットで販売している会社が紹介された。社長は東京在住だが、地代が安い地方に着目して開業したという。

シャッター通りを歩くと気持ち沈んでしまうが、一軒でもシャッターが上がれば街に活気が出てくる。不景気だからしかたない、大型店に勝てるわけがない、などというマイナス思考を捨てなければ一歩も踏み出せないだろう。一軒の店の力は小さいかもしれない。しかし、商店街を一つのデパートと考え、各店舗が力を出し合えば新しい道も開けてくるのだ

う。

犯罪の温床になっていたニューヨークの地下鉄は、駅や電車をきれいにしておき、適な空間に生まれ変わった。同じように、商店街もシャッターを上げて街が息づく工夫をすれば、人が集って賑わいを取り戻し、子どもからお年寄りまでみんなの笑顔が見られるだろう。そこには陽気に生きるコミュニティが育ち、一人ひとりが持っている宝も輝きだすにちがいない。



いっつもかあさん、ときどきライター



PTA役員選挙

ご辞退、狂騒曲

世間では早くも夏の参院選の話題でもちきりだが、

今、関西地方のある都市に住む私の周りで「選挙」といえば「小学校PTAの来年度本部役員選挙」をさす。校区内、4つの町内会に在籍する保護者数に応じて決

められた定員をめぐって、熾烈な選挙戦が展開するのは国政選挙と同じだが、大きく違うのは、当選しないために努力を惜しまぬ点だ。

子どもがお世話になっていいる学校運営に少しでも力になりたい気持ちは皆同じだが、仕事や家事に追われる「いっつもかあさん」たちにとって、会議ひとつとっても時間の捻出は一苦労。家を空ける段取りも必要で、早めの夕食準備に、

未就学児がいれば「おばあちゃん保育」を頼み：日々の生活を優先したいのも皆同じなのだ。

本部役員が当たるのは6年生児童の保護者だが、選挙準備は入学した時点で始まっている。5年生までの5年間に、学級ごとに選出する文化委員や広報委員など

を3回、務めた者は本部役員を免除されるという規定があるためだ。兄弟で在籍している場合、どちらのクラスで立候補した方が当選しやすいかとか、忙しい

ので競争率が低い広報委員で妥協するかなど、緻密な計算で「勝ち」を重ね、学校行事のたびにかり出される：というおつとめを、通算3年間果たした者は、本部役員の「辞退権」を得る。不思議な言葉だが、言

い得て妙だ。

こうして運(要領?)悪く辞退権を取れなかった者が、本部役員の候補者となり、投票によって決まる。

「情報を制する者は選挙を制する」、これが鉄則。「親を介護している」「通院中」といった情報を自らアピールし、生活の大変さを訴える人、スピーカーと呼ばれる人に手を回し、「あの人、大変らしいよ」と噂を流してもらうというスゴ技を使う人もいる。

いよいよ危なくなつたら、複数の友達に頼んで特定のの人に投票してもらい、票を固めるといふ作戦や、日ごろから気に食わない児童の保護者に投票するといふ憂さ晴らしも、立派な一票の使い道で、もはや一種の祭り状態。

ほとんどの6年生保護者が「ご辞退」し、5年生保護者が繰り上げ当選という、泣くに泣けない番狂わせが起きる年もある。しかし

意外にも当選者は熱意をもってPTA活動に打ち込み、年度末に発行されるPTA会報には必ず「やっつてよかった」「皆さんに感謝」の言葉が並ぶ。ある本部経験者は「一致団結して達成感を味わうのは高校の体育祭以来」と話しておられた。うーん、その通りかも。

さて新6年生の娘がいる我が家、すっかり辞退権は確保済み。だからのん気にこんな原稿を書いていられるのだが、次は中学生の息子のバスケット部保護者会役員選挙が控えている。こちらはPTAと違い、試合のたびに駆けつけては「オリジナル応援歌」を歌うセッションの高さについていけないという、また違った苦労が。バスケのルールもよく分からないというのに：！気を抜けなくも、どこか祭り気分が楽しい春である。

(フリーライター
佐藤 カヲル)

都道府県生活衛生営業指導センター一覧

H22.3.1 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22年3月発行 通巻390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。



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>

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。

 財団法人 **日本宝くじ協会**

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。