

# 生衛ジャーナル

「広げよう  
元気の輪、地域の輪」

2010 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
お店探訪	
総論 .....	2
お店探訪①～③ .....	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
元気です 私たちの組合 .....	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
都道府県センター一覧 .....	24



愛媛県 霧の高原  
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

旅人

あきう  
秋保

ひろゆき  
洋征



おくおくはちくろう

「奥々八九郎」と呼ばれる温泉が秋田県小坂町にある。湯宿などなく、1960年代に行われた鉱脈探査のボーリングの際にわき出た湯が、現在も、むき出しの地肌にドンドコあふれている、飛び切りの野天の湯だ。

湯は「八九郎」「奥八九郎」とあり、最奥に「奥々八九郎」温泉がある。一帯の異様な光景と、ワイン色に染まった湯壺が秘湯…奇湯ぶりをいっそう際立たせている。

町は湯の管理にかかわっていないが、周辺は清潔に保たれ、山林従業者か秘湯マニアが置いたのか、数個の切り株が脱衣用、あるいは尻置き用に配してあり、湯を愛する人々の心意気が伝わってくる。今春、テレビの温泉番組を見ていてあせんとさせられた。野趣満ちていた「八九郎」温泉が波形パネルで覆われていた。

そういうことなのだ。行政の指導か女性秘湯ファンの入湯保護のためか、こうして秘湯は姿を変え、湯趣を失っている。

青森県深浦町の不老ふ死温泉を初めて訪ねたのは30年以上前になるが、日本海を展望する荒磯に設けられた混浴露天風呂にはまさに秘湯の趣があった。秘湯度数が上がるにつれて団体、女性客が増え、湯船は広がり、女性用露天風呂も造られて城壁のような目隠しまでが登場し、よき秘湯の湯景は懐旧談になってしまった。これは湯宿の繁栄にともなう変容だが、こうした例は多い。

かつては岳人や一部隠れ湯マニアの楽しみだった秘湯は、マスコミの報道、旅行の多様化の中で“お宝”としてツアーの目玉になった。平成の世、旅行（飲食もだが）の実権を握って



奥々八九郎温泉の湯につかる筆者（顔写真も）

いるのは女性たち。女性陣の入り込状況と、その意見・口コミが湯宿の運営を左右するようになり、秘湯にまで及んでいる。

「秘湯」はいま「温泉」の代名詞のように使われている。秘湯をうたいながら華美、粋を演出し、これが秘湯？と首をかしげたくなる宿がある。宿泊は2人以上でと、本当の湯好き一人旅の受け入れを拒む宿さえある。

福島県天栄村の二岐温泉にある「大和館」が“秘湯”という言葉の発祥の宿と言われている。1967年の晩秋、朝日旅行会が「日本秘湯を守る会」を発足させるに際し、立ち上げ準備に加わった（最終的に会には加盟しなかった）同宿の支配人・藤島利雄さんは会名に『秘湯』を提案したのだという。

同宿を訪ねたのは04年12月。利雄さんはその年の1月に53歳で亡くなっていた。利雄さんの父・寅三郎さんは「ここは秘境でしたから、昭和の30（1955）年ころから、初めは秘境の湯と言ひ、それから秘湯としたんです」と話してくださった。利雄さん亡き後、川石とコンクリートで造られた素朴で武骨な露天風呂の宿を二女・洋美さんが守り、寅さんはスーパーサブとして孫を支えている。

私は、内湯露天の区別なく、自分の心の中に秘めておきたい湯を、秘湯としている。

筆者略歴 = 1943年生まれ。報知新聞社に入社、社会風俗から経済まで幅広く担当、編集局編集委員などを務め、巨人戦コラムを執筆。その後“温泉記者”として05年まで湯三昧。09年からフリーの旅人に

## 最近秘湯事情

# ● お店探訪 総論 ●

日本大学経済学部講師 池田 光男

## お店探訪 ① 近代化産業遺産を活かし町再生に寄与

## お店探訪 ② 食肉加工に徹底した素材へのこだわり

## お店探訪 ③ シミ抜きの情報交換を重ねて同業者も応援

各地には産業近代化がどのように行われたのかを示す数多くの有形、無形の文化財が眠っている。これらを地域活性化に役立てることを目的として、経済産業省では「近代化産業遺産」として大臣認定している。

お店探訪①の「夕張鹿鳴館」はその一つである。沈滞著しい夕張地域において「夕張鹿鳴館」は商業的観光資源としての活用で、新たな集客を生み出している。この町に残る豪勢な大正期の炭鉱遺産、「夕張鹿鳴館」（旧北炭鹿ノ谷倶楽部）に、昨秋から今春にかけてレストランと温泉付きの高級宿泊施設をオープンさせ、シニア世帯の人気を集めている。

注目すべきは旗振り役が小樽の民間企業であること。この事例によれば、民間企業の知恵とアイデアは枯渇していない。地域に埋もれている民間企業の知恵などが、特に地域密着の生衛業の中から再生の切り札として、登場することを期待したい。

2番目は「スモークハウス ファイン」である。自宅の台所から世界の舞台へ飛躍した無添加・手作りハム・ソーセージ製造販売業である。

2代目の現経営者は、両親の当時としては珍しい無添加の加工方法を継承する一方、さらに特有の製品開発のため、全国食肉学校での学習のほか、国内各地やドイツの同業者を訪問し、直接指導を仰いだりもした。

素材へのこだわりも一筋縄ではない。豚は地

元山形産の豚を厳選、沖縄産の海水塩を使用するなど徹底的に素材にこだわっている。この結果、世界最高峰の食肉加工品の2つの展示会で、相次いで金・銀・銅賞を受賞している。これが奏功し、東京の大手デパートのカタログギフト、飲食店などのPB（プライベート・ブランド）商品として、全国に販路を広げている。

3番目は京都府の「クリーニング シミズ」である。業界の最大の問題は取次所数の増加の半面、需要の減退である。昭和40年に比べ平成20年には、一般クリーニング所は17.4%減だが、取次所はなんと14倍に達している（厚生労働省「衛生行政報告例」から）。一方、クリーニング支出は平成4年をピークに減少を続け、21年は4年の42%の水準に落ち込んでいる（総務省「家計調査年報」から）。

経営環境が悪化しているのに、従来と同じ商法では生き残れない。2代目は若年ながら新たな商法の展開に果敢に取り組んでいる。顧客のニーズを探るアンテナショップの設置や複雑なシミ抜きの技術力を高めるなどに活路を見出している。さらに同業者に対してシミ抜き実践教室を開き、技術の継承や啓発活動にも力を注いでいる。同店の2代目は、一般クリーニング所が生き残るために必要とされるのは、有資格者としての技術の優位性を十分に活用する重要性を、きちんと認識しているといえよう。

# 人気「粋な大人の隠れ家」



かつては「黒いダイヤ」で潤い、北海道空知地方の中でも有数の炭鉱都市として栄えた夕張市。この町に残る大正期の炭鉱遺産、「夕張鹿鳴館」（旧北海道炭鉱汽船・鹿ノ谷倶楽部）に、昨秋から今春にかけてレストランと宿泊施設がオープンした。財政破綻した市から建物を無償

で譲り受けた小樽市の産業廃棄物処理業「テクノ」が、約5千万円を投じ整備を進めていたので、地場の食材を中心にしたフレンチと、温泉付き高級宿泊施設を組み合わせたオーベルジュが、「粋な大人の隠れ家」としてシニア世代の静かな人気を集めている。総料理長の増川博美さんに、新たな観光施設として生まれ変わった「夕張鹿鳴館」の魅力と集客の秘策をうかがった。



和風建築の粋を極めた「夕張鹿鳴館」の外観

夕張市中心部から車で約5分。深い森を背に瀟洒な和風建築の夕張鹿鳴館が現れた。敷地だけで、約85,000㎡もあるという。建物の裏手には美しい庭園が広がり、四季折々の移ろいが楽しめる。大正2年に、旧北海道炭鉱汽船が、来賓の接待や役員の厚生施設として建てた格式の高い建物で、平成19年には経済産業省の近代化産業遺産にも認定されている。



▲「大人の隠れ家」という言葉がぴったりの「オーベルジュタ山荘」



「夕張ならではのフレンチを目指したい」と話す総料理長の増川さん

市の財政破綻で、一時は存続が危ぶまれたこの建物を、「テクノ」が譲り受けたのは今年の5月。同社は、過去にも解体の危機にあった小樽市の歴史的建造物を職員の研修施設に転用しており、歴史的建造物の再建に実績がある。今回も、夕張鹿鳴館の窮状を知り、「由緒ある炭鉱遺産を守ろう」と名乗りを上げた。

改修工事に着手し、昨年9月18日に、フレンチレストラン「ミレディ」を開業。続いて、今年5月27日には老朽化した別棟を改修し、温泉付きの高級宿泊施設「オーベルジュタ山荘」としてオープンした。延べ床面積1,500㎡。和洋折衷の贅を尽くした夕張鹿鳴館の館内には、昭和29年に昭和天皇が宿泊された部屋やダンスパーティーなどが行われた宴会場が残り、往時の繁栄をしのぶことができる。

増川さんは、札幌市のホテルで総料理長を務めていたが、建物の佇まいに惚れ込み「地元のために役立つことをしたい」と夕張鹿鳴館へやってきた。毎朝5時半に起き、市場で新鮮な地場の野菜を仕入れる。夕張を中心に近郊や道

内で採れた旬の野菜をふんだんに使った、彩りの良い一皿は目に美しく身体にも優しい。メインディッシュの肉や魚介類はもちろん、調味料、ワインも道産ものにこだわり、「オール北海道素材で作る夕張ならではのフレンチです」と胸を張る。

ランチメニューは1,600円から5,500円、ディナーメニューは3,600円から12,000円。ランチは、地名の「鹿の谷」にちなんで、「鹿肉のハンバーグセット」(1,600円)やメインディッシュに10種類以上の野菜を絵を描くように皿に盛り込んだ「野菜プレートランチ」(2,300円)が人気。今頃の季節は、実の小さいうちに間引きした夕張メロンを調理した珍しい一品や紫色のジャガイモ、「シャドークイーン」が添えられるなど、地場の素材を余すところなく使っている。

「ミレディ」(貴婦人)の名に相応しく、訪れる客の8割が、40代から60代の女性。大正ロマンの雰囲気を残すレストランで静かな時とおしゃれな食事を楽しんでいく。1か月の平均客数は、600人ほどで、客の多くが札幌圏や近郊の岩見沢からやってくる。最近は誕生日などの記念日に利用する地元客も増えてきた。ランチやディナーの客が、別棟の「オーベルジュタ山荘」の客室を利用できる日帰り入浴プラン(2人から、1人10,000円～、同15,000円～)も用意している。

別棟の「オーベルジュタ山荘」は3室のスイートルームを設けている。全室にゆったりとした寝室とリビング、敷地内から湧き出る温泉を引いた総ヒノキ造りの浴室を完備しており、鹿の谷の豊かな緑に抱かれた静寂な空間は、「大人の隠れ家」という言葉がぴったり。料金は1泊2食付きで38,000円、40,000円、43,000円。週末を中心に札幌圏から50代から70代の夫婦が都会の喧騒を離れやってくる。ただ、開業してまだ間もないこともあり、平日の利用はまだ少ない。利用促進を図るため、夕食なしで20,000円



◀女性客に人気の大正ロマンあふれるレストラン

▼旬の野菜が食欲を誘う、「野菜プレートランチ」



代で宿泊できるコースの導入も予定している。

増川さんが力を入れている仕事の一つに、地元の農家が栽培している有機黒千石大豆を使ったスイーツの開発がある。「レストランがオープンしたばかりの頃、地元の農家の方から、黒千石大豆を使って何か作ってくれないと、電話がかかってきたのです」。

黒千石大豆は、その名の通り黒い大豆で、アントシアニンが多く含まれる健康食だが、生産者が途絶え、一時は絶滅の危機にあったという。「この大豆を夕張の特産として売り出したい」。そんな生産者の思いに応えようと、試行錯誤の末、ようやく完成したのが、黒千石大豆ときな粉、おからをベースにした風味豊かなパウンドケーキだ。小麦粉や卵、バターも勿論、道産品。大豆の香ばしさとしっとりした口当たりが一度食べたら病みつきになる。

ランチのデザートとして提供しているほか、



▲ゆったりとした宿泊部屋

天然温泉が楽しめる総ヒノキ造りの風呂▶



夕張特産の黒千石大豆を使ったパウンドケーキ

札幌市の狸小路商店街の「ハグマート」や丸井今井百貨店でも販売しており人気は上々だ。黒千石大豆を使ったスイーツはシフォンケーキ、プリン、ロールケーキ、パンなどにバリエーションを広げており、館内の売店で購入することができる。

「オープン当初は、料理の値段が高いと、地元から批判もありましたが、最近は市場に行くと先輩たちが『今度飲みに行こう』と声をかけてくださる。夕張の人たちと協力し、手を携えながらやっていきたい」と増田さんは語る。

9月には、東京新宿の小田急百貨店で開かれる北海道物産展にも黒千石大豆を使ったスイーツを出品する予定で、「夕張の新しいスイーツを全国に売り出したい」と意気込んでいる。

夕張鹿鳴館の整備は、オーベルジュの開業で終了したわけではない。現在、施設内ではチャペルの建設工事が進んでおり、昨年レストランが開業した9月18日に併せて「ブライダルフェア」を展開する。さらに来年は敷地内に「足湯」やパークゴルフ場を作る計画もあり、観光施設としての魅力がさらにアップしそうだ。

石炭に代わる新たな産業として、観光に力を注いだ夕張はそれに失敗して財政再建団体に転落した。だが、かつて「雲の上」として、人々の羨望を集めた炭鉱遺産は今、民間業者に引き継がれ、知恵とアイデアで地域再生の切り札になろうとしている。「歴史を刻んだ建物で、歴史に残る仕事をしていきたいですね」。増川さんの笑顔に見送られ、夕張鹿鳴館を後にした。

# “無添加手作り”を全国へ

山形県の東南に位置し、奥羽山脈の麓にのどかな田園風景が広がる高島町。人口2万6千人ほどのこの小さな町に、世界の舞台で、その味と品質を認められたハム・ソーセージの店がある。素材を生かし“無添加”にこだわって手作り販売している「スモークハウス ファイン」(以下「ファイン」と表記)だ。

オーナーの片平琢朗さんは二代目。「ファイン」の歴史は、その誕生に遡る。農業を営んでいた両親が、生まれてくる子どもに安全な食べ物を食べさせたいと、それまでやっていた養豚に加えて有機農業を始めた。冬仕事に、自宅の台所で豚肉を加工し、添加物の入らないハム・ソーセージも作っていた。

当時は、農薬や化学肥料を使い、作物の収量を増やす農業が“常識”だった時代。その流れに逆行する有機農業とハム・ソーセージ作りとの兼業で苦勞する両親の姿を見て育った片平さんは、家業を継ぐ気になれず、一時は大工見習いになったという。しかし、新たに「ファイン」の工場が完成したこともあり、ハム・ソーセージの職人になることを決意。平成7年、群馬県の(社)全国食肉学校に入学した。



三角屋根が目印の「スモークハウス ファイン」の店舗兼工場

両親から“安全・安心”へのこだわりを受け継ぎ、卒業後は「ファイン」で、無添加でおいしいハム・ソーセージ作りに専念。全国各地の店を見て回り、ときには飛び込みで教えを請い、独自の製法を追求していった。

こうした試行錯誤を重ねて生まれた「ファイン」のハム・ソーセージは、化学調味料や防腐剤を使用せず、素材を大切にした“無添加手作り”。肉は輸入豚肉や冷凍豚肉を一切使わず、主に地元山形産の豚を厳選して、しかも屠畜してまもない豚肉だけを仕入れる。新鮮なうちに仕込みをし、結着剤を使わないためだ。塩は沖縄産の海水塩を使用。砂糖は沖縄のサトウキビで作られた洗双糖、ニンニクは青森産、酒は山形県産の日本酒、ワインは全国的にも有名な「高島ワイン」を使用するなど、徹底的に素材にこ

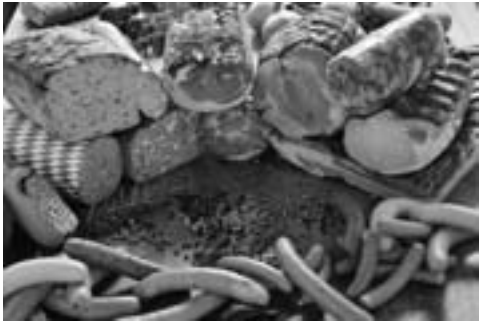


◀ 40品目の商品が並ぶ店頭でスタッフと一緒に(中央がオーナーの片平琢朗さん、淳子さん夫妻)。頭上には国際食肉コンテストで受賞した数々の表彰状が掲げられている

▼IFFA2004・2007・2010、SÜFFA2005・2008で受賞したメダルの一部







世界的においしさが認められた  
ハム・ソーセージ



人気の高い白いソーセージ  
「ヴァイスヴルスト」

だわっている。

当初はまだ店舗がなく、工場から注文先へ商品を発送していたが、次第においしいと評判に。テレビや新聞で紹介されるようになった。

しかし、ハム・ソーセージはドイツが本場。片平さんは、実際に自分で本場の味を確かめたいと、平成16年にドイツへ行くことになった。そこで、3年に一度、ドイツで開催される国際食肉コンテスト「IFFA（イファ）2004」に出品したところ、初挑戦で金・銀・銅賞を受賞。IFFAは世界中の職人が目標とする食肉加工製品のコンテストで、味・形・色・食感など、さまざまな審査項目があり、すべて満点をとった製品のみ金賞という厳しいものだ。

さらに翌年、IFFA同様に権威あるドイツのコンテスト「SÜFFA（ズーフア）」でも金・銀・銅賞を受賞した。この快挙に「世界でも通用するおいしさだと証明されて、大きな自信がついた」と片平さんは語る。

同じ頃、工場のみだった建物を店舗兼工場に改築して、店頭での販売もスタートした。3年前にはネットショップもオープン。東京の大手デパートのカタログギフト、飲食店などのPB（プライベートブランド）商品など、全国に販路が広がっている。

現在は商品数も増え、約40種類が店頭に並ぶ。中でも思い入

れがあるのは「ジャパーン」。両親の代から仲間と共同で、地元の有機栽培の大豆を醸造元に仕込んでもらい、自家用の醤油を作っている。その2年仕込みの醤油を使ったソーセージで、ご飯に合うと好評だ。

レモンとパセリ入りの白いソーセージ「ヴァイスヴルスト」、じっくり醸成させ5日間スモークした生ハムも人気が高い。お客様アンケートでも満足度が最高の5つ星が多く、「ジューシーで味がいい」「なめらかな口当たりで感動した」という声が寄せられている。“無添加”のため保存期間が短いのが難点だが、それも逆に商品への信頼につながっているようだ。

この10月には2号店を開店。販売だけでなくハム・ソーセージを使った軽食も提供する予定で、「おいしいと評価され続けるために、日々工夫し研究を重ね、お客様の要望や時代のニーズに合わせて、より良いものに変えていく。これで完成だとは思っていない」と片平さん。また新たな一歩を踏み出すが、“無添加手作り”で味・素材・品質・技術にこだわる「ファイン」の情熱は変わらない。



◀厳選した素材を使い、すべて手作り▶

# シミ抜き技術に厚い信頼



阪急京都本線・東向日駅前の商店街に立つ本店

洗濯機で丸洗いできるスーツの登場、早さと安さを全面に押し出す大手クリーニングチェーン店。町のクリーニング屋さんを巡る環境は厳しいが、「可能性は、まだまだある」と意気盛んなのが「クリーニングシミズ」の二代目、営業担当の清水幹央さんだ。19歳で父の会社に入社して以来、高いシミ抜き技術と大手には真似のできないきめ細かさを武器に業務を拡大。京都府の2009年度「明日の名工」（青年優秀技能者奨励賞）にも選ばれた、期待の若手業者だ。

幹央さんが入社したのはバブル経済にかけりが見え始めた頃。周囲に6軒あったクリーニング店も、供給過剰から次々に閉店に追い込まれていた。選ばれる店になるには…。業界の講習会やセミナーに参加する中、幹央さんは、技術力を高めることに活路を見出す。

「家庭で洗える衣料が増えたとはいえ、それでは落ちないシミを取ってもらおうと、お客様は店に来られる。プロとして、その信頼に確実に応えられる店になろうと、平成6年、数百万円をかけて最新の機械を導入したのです」と幹央さんは振り返る。その機械は今でも向日市で

は数軒しか導入されていないといい、幹央さんの技術力に対するこだわりがうかがえる。だが、「クリーニングシミズ」のこだわりは、技術だけではない。

一口にシミといっても、軽微なものなら通常のクリーニングで落とせる。一般油性、特殊油性、タンパク水性、タンニン水性がそれ。それでも落ちないシミだけが、酵素処理や酸素漂白、移染処理など、高度な技術で除去されることになる。店ではそれをボードできちんと説明しているので、お客様はまず、クリーニングに上乗せしてシミ抜きまで頼むかどうかを判断できる。気になるシミ抜き料金についても、クリーニング代とは別に「210円からクリーニング料金相当まで」と明示。例えば、ブラウスのクリーニング代が500円だった場合、シミ抜きをプラスすると料金は710円から、最高でも1,000円までだ。

「ほぼ見えない状態までシミが薄まっていればいいのか、とことん除去したいのか。料金次第でお客様の考えも変わるでしょうし、料金の上限が明らかでない、シミ抜き自体をためら



スタッフも家族同然。温かな雰囲気が店の魅力（右端が清水幹央さん）

われる方もいると思うのです。細かなニーズに沿い、お客様の負担をできるだけ軽くする。私たちのような小規模のお店だからこそ、それが可能だし、また、求められていることだと考えています」と幹央さん。「あきらめていたシミが、シミズでは落ちたわ」。そんな口コミが広がり、今や本店のある向日市をはじめ、京都市伏見区、長岡京市、大阪府高槻市に7店舗を構えるまでに成長した。社員は両親、自身と弟夫婦の3世帯で、他にパートを入れると総勢30人。現在約1億円の年商を、4年後に設定した年商まで引き上げるのが目標だ。

最も新しい店舗は、高槻市に昨年10月開いた「クリーニング ロココ」。同市に本社を置くS社の工場のユニホーム洗濯を一括受注できることになり、開店に結びつけた。

お客様・地域と店を結ぶ「心」をもじって名を付けた店は、顧客ニーズを探るアンテナショップ。「いろいろな可能性を試したい」と、まず導入したのが店舗横に設置した、時間外受け渡しロッカーだ。午後7時の閉店後から翌朝9時まで、暗証番号を打ち込めば都合のいい時間に商品を取り出せ、帰宅の遅いサラリーマンに喜ばれている。グループ各店同様、年会費300円を払うだけで利用でき、もちろん会員割引もきく。また、ここのハンガーには、グループ他店の針金式ではなくリサイクル可能なプラスチック製を採用、環境に配慮した取り組みも進める。お客様に好評な取り組みは、いずれグループ全店で採用したいという。

「『安い・早い』の大手が増える中、私たちは『きれい』を大切にすべき」。府クリーニング生活衛生同業組合の青年本部長として、多忙な本業の合間を縫って青年部員を対象に最新技術やシミ抜き技術に関する情報交換定例会を開いてきたのも、丁寧な仕事をする同業者も応援したいから。本



機械の性能に加え、培った経験と細心の注意が  
あって初めて、高度なシミ抜きができる

部長職は今年3月に任期を終えたが、今も全国クリーニング生活衛生同業組合連合会の中央青年部会常任委員として、技術の継承や啓発活動に力を注ぐ。まじめな店が健全に競争することで業界は安定・発展する。蓄積してきたものを還元していくことが、誇りを持って仕事をしてきた自分自身の使命だと、幹央さんは心得ている。



時間外受け渡しロッカーを備えた「クリーニング ロココ」は、阪急京都本線・上牧駅を出てすぐの好立地に立つ

## ●●●●● 特相員だより ●●●●●



### 独立開業目指す後継者を応援

青森県理容生活衛生同業組合 経営特別相談員

佐藤 春雄さん

私は、融資相談があった組合員には、冗談まじりに「預金は銀行、借入は公庫、そして借りたら返す。事故口にならないことが信用の第一歩」と常々言っています。

これは、平成6年から特相員になった私の口癖であり、信条とも言えるものです。

また、融資相談は個人情報に係わるものであるだけに、組合員が安心と信頼のおける特相員として、的確な相談と指導を心がけるように努めています。

今、私が応援したいのは独立開業を目指す業界の後継者たちです。組合員の減少は、どこの組合でも大きな課題で、組合加入のメリットについても常に言われていることです。若い人たちの良き相談相手となり、公庫との橋渡しをすることが開業後の組合加入につながり、お互いに良い結果が生まれています。やはり融資事業は組合員獲得

のためにも大きなツールとなっています。

私の所属する青森支部は、親睦融和と技術指導の充実、共済加入促進及び公庫融資の周知徹底等、様々な事業を実施し、当組合支部の中でも組合員の減少率は最も少ない支部で、日本一の支部にしたいと願っています。

今年12月4日、青森県民が待ちに待った「東北新幹線」が全線開業となります。「結集青森力」「一路青森」をスローガンに、継続性のある活性化につなげようと、県内各地で様々なプロジェクトに取り組んでいます。もちろん各生衛組合、指導センターともこの機会をもう一度飛躍のチャンスと捉えており、全国の皆様のご来青をお待ちしています。

終わりに、日本政策金融公庫の日頃のご指導と迅速な対応に心から感謝いたします。

生活衛生関係営業（飲食店営業・喫茶店営業・冰雪販売業・食肉販売業・食鳥肉販売業・旅館業・浴場業・クリーニング業・興行場営業・理容業・美容業）を営む皆さまへ

### 生活衛生融資のごあんない

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 （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/>）



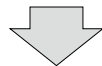
**日本政策金融公庫**  
国民生活事業

## 生活衛生セーフティネット貸付は、こんなにお得です！

生衛業を営む(株)国民太郎が「生活衛生セーフティネット貸付(※)」を利用した場合

要件1

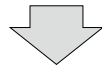
・決算期の売上が、前期2,000万円であったのが今期1,900万円に減少(3%以上減少)した。



利率を0.3%低減

要件2

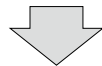
・現在、従業員を3人雇っているが、半年間はその数を減らすつもりはない(雇用の維持)。



利率を0.2%低減

要件3

・代表者以外の連帯保証人は出せないのので、「第三者保証人等を不要とする融資」を使いたい。



利率を0.3%低減

利率を最大  
0.8%低減

◎振興運転資金(事業計画書の作成なし)で「第三者保証人等を不要とする融資」を利用した場合(返済期間5年)

利率 = 2.8%

◎生活衛生セーフティネット貸付を利用  
○「要件1～3」の全てに該当した場合(返済期間5年)

利率 = 2.0%

○「要件1～2」の両方に該当し、担保や第三者保証人を提供した場合(返済期間5年)

利率 = 1.65%

※生活衛生セーフティネット貸付をご利用の際は、生活衛生同業組合理事長が発行する「振興事業に係る資金証明書」が必要です。

### 生活衛生セーフティネット貸付の概要

(利率は平成22年9月9日現在)

	経営環境変化資金	金融環境変化資金
ご利用いただける方	社会的、経済的環境の変化等により、一時的な業況、資金繰り等の悪化を来している方	金融機関との取引状況の変化により、資金繰りに困難を来している方
お使いみち	運転資金(商品・材料仕入、買掛金決済、諸経費支払等)	
ご融資額	5,700万円以内	4,000万円以内
ご返済期間	5年以内(ただし、特に必要な場合8年以内)	
利率(年利)	基準利率2.15%～(①売上減少等一定の要件を満たす方は「基準利率-0.3%」、②雇用の維持または拡大を図る方は「基準利率-0.2%」、③①及び②のいずれをも満たす方は「基準利率-0.5%」となります。)	

\*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。

\*詳しくは、日本政策金融公庫の支店(国民生活事業)または事業資金専用相談専用ダイヤルにお電話ください。

**JFC** 日本政策金融公庫  
国民生活事業  
<http://www.k.jfc.go.jp/>

事業資金相談専用ダイヤル  
(行こうよ!公庫)  
 0120-154-505

## 平成23年度生衛業対策予算概算要求等の概要

厚生労働省では、8月末に平成23年度予算の概算要求を財務省に提出しましたが、このうちの生衛業対策関連の概算要求等の概要についてお知らせします。

生衛業対策関連の補助金については、本年5月、6月に行われた事業仕分け、行政事業レビュー公開プロセスにおいて、当全国指導センター並びに都道府県指導センターに対する国庫補助金が「廃止」との評価を受けたことにより、最悪の場合は23年度概算予算要求に盛り込まれないことも危惧されるなど極めて厳しい状況にありました。

しかしながら、16業種の全国生活衛生同業組合連合会をはじめとする生衛業界の皆様方の署名活動（最終署名者数、905,896名）、電子メール・FAXによる厚生労働省への意見提出のほか、関係各方面への強力な働きかけにより、政府与党や厚生労働省政務三役の調整で、新たに生衛法の趣旨及び現場ニーズを踏まえた補助金の在り方についての抜本的見直しが行われ、厚生労働省の平成23年度概算予算要求には「生活衛生関係営業対策事業費補助金（仮称）」として、約8億円が計上され、生衛業に対する支援が実施されることとなっております。業界の皆様方のご支援に対しまして、誌面をお借りしてお礼を申し上げます。

また、この補助金をはじめとする生衛業対策予算概算要求の確保・実現に当たっては、この先に予定されている行政刷新会議での事業仕分けの検証、12月の予算原案策定へ向けての財務省等との折衝などが必要となりますので、引き続き皆様方のご支援を宜しくお願い申し上げます。

なお、国庫補助金と同様に事業仕分けで「廃止」された管理美容師・美容師講習制度、クリーニング師研修等制度については、関係業界の意見聴取と実態把握を行う検討の場を設け、年末を目的に検討を行い結論を得ることとなっております。

### 平成23年度生活衛生関係営業対策予算概算要求等の状況 （平成22年8月・厚生労働省健康局生活衛生課） 23年度要求額【22年度予算額】

#### I. 一般会計

##### 1. 生活衛生営業対策 835百万円【925百万円】

行政刷新会議及び行政事業レビューの評価結果を踏まえ、生衛法の趣旨（経営の健全化、衛生水準の維持向上及び消費者の利益保護）及び現場のニーズを踏まえ補助金の在り方をゼロベースで見直し、生活衛生関係営業への支援を実施する。

**新規** = 生活衛生関係営業対策事業費補助金（仮称）  
811百万円【0百万円】

全国指導センターによる都道府県指導センター等に対する指導・研修等、都道府県指導センターによ

る生活衛生関係営業者に対する経営上必要な相談・指導等の充実を図るとともに、全国生活衛生同業組合連合会及び都道府県生活衛生同業組合の自主的な活動における意欲のある取り組み（衛生水準の向上、国際化への対応等）に対して国から直接支援を実施する。

また、評価指標の導入を図り、事業の効果検証を実施する。

○全国指導センター事業 132百万円【0百万円】  
（主な事業）

・健康・環境対策事業費、効果検証等調査費

○都道府県指導センター事業 519百万円【0百万円】  
（主な事業）

・後継者育成支援事業費、効果検証等調査費

○連合会、組合への直接補助

・経営安定化事業費 160百万円【0百万円】

**廃止** = 生活衛生振興助成費等補助金

0百万円【409百万円】

**廃止** = 生活衛生営業指導費補助金

0百万円【492百万円】

#### 2. 日本政策金融公庫補給金

1,569百万円【1,229百万円】

日本政策金融公庫の生活衛生資金貸付業務に係る補給金

（合計1 + 2 2,404百万円【2,154百万円】）

### II. 日本政策金融公庫（生活衛生資金貸付）

1. 貸付計画額 1,400億円【1,400億円】

2. 貸付制度の改善

（1）振興事業貸付の貸付条件の拡充

（2）振興事業貸付に係る特別利率適用設備の追加

### III. 税制改正要望

（1）生活衛生同業組合等に係る税制上の特例措置の延長（所得税・法人税等）

中小零細事業者である生活衛生同業組合等の設備投資を促進するため、共同利用施設や基盤強化設備等に係る特例措置の適用期限を平成24年度末までの2年間延長等の措置を講ずるとともに、生活衛生同業組合等の財政基盤の充実・強化を図る観点から、貸倒引当金、留保所得に係る特例措置の適用期限についても同様に延長する。

**新規**（2）ホテル・旅館の建物に係る固定資産評価の見直し（固定資産税）

ホテル・旅館の建物に係る固定資産評価について見直しを行う。

（3）公害防止設備に係る特別償却制度の適用期限の延長（所得税・法人税）

公害防止用の特定設備（300万円以上の活性炭吸着回収装置）の取得に係る特別償却制度の適用期限を平成24年度末までの2年間延長する。

# せいえい 掲示板

## ★第13回

### 「人に優しい地域の宿づくり賞」

全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会は第13回（平成21年度）「人に優しい地域の宿づくり賞」受賞者を発表した。最優秀賞にあたる厚生労働大臣賞には佐賀県旅館生活衛生同業組合青年部『佐賀だからこそ「焼き海苔三枚」事業』＜佐賀県＞が受賞した。

他の主な受賞者は次のとおり。

▽全国旅館生活衛生同業組合連合会会長賞＝ひだホテルプラザ『人に優しいユニバーサルなホテルづくり』＜岐阜県＞▽選考委員会賞＝松江旅館ホテル組合『「生ゴミリサイクル・ループ」事業』＜島根県＞▽観光経済新聞社社長賞＝社団法人 四万温泉協会『「四万

温泉食育滞在プログラム」の実施による、四万温泉の食の魅力向上および地域の活性化』

＜群馬県＞▽リクルート「じゃらん」賞＝新潟県旅館組合新潟女将の会『旅館街スイーツめぐり』＜新潟県＞▽全旅連シルバースター部会長賞＝鬼怒川・川治温泉旅館協同組合（鬼怒川・川治温泉観光ブランド戦略委員会）『キッズ体験天国 鬼怒川・川治、ONSEN レポリューション IN SUMMER』＜栃木県＞

全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会・宿ネット＝<http://www.yadonet.ne.jp/>

## ♠<sup>じい</sup>爺と孫 湯舟にはずむ 九九の声

福岡県公衆浴場生活衛生同業組合福岡市支部（19施設）は、銭湯を題材にした川柳の入賞作品を発表した。同支部は平成20年から毎年募集、今年は「大人の部」と「小学生以下の部」に計180作品が集まった。

最優秀賞は大人の部が「銭湯は 街のみんなの 寄りどころ」、小学生以下の部が「水

ぶろに もぐってさわいで しかられた」。この他の入賞作12作品の中には「爺と孫 湯舟にはずむ 九九の声」といった微笑ましい作品や、「銭湯は 独居老人 憩いの場」といった今の世情を映す作品もあった。

同支部では、夫婦で来場すると料金が2人で500円（通常は計880円）になる「ワンコインデー」（毎月22日）なども実施中。

## ♣黒船カレー南蛮を発売

日本記念日協会が8月2日を「カレーうどんの日」と認定したことを受けて、横浜市保土ヶ谷区のそば・うどん店6店が同日、「黒船カレー南蛮」を売り出した。

黒船カレー南蛮は、同区制80周年を記念して3年前に神奈川県麺類生活衛生同業組合保土ヶ谷支部の有志が開発。これまでは「隠れメニュー」となっていたが、8月2日が「カ

レーうどんの日」に認定されたことから、各店で一斉に売り出した。

黒船カレー南蛮は、明治時代に同区で生産が盛んだった保土ヶ谷いもと呼ばれるジャガイモを使い、ココナツミルクを入れてマイルドにし、女性や子供にも楽しめるのが特徴。

今後は各店で毎月2日に販売したり、通常のメニューに加えたりすることも検討するという。

口蹄疫の影響により、飲食店営業、喫茶店営業、食肉販売業、旅館・ホテル業の資金繰りが懸念されることに鑑み、株式会社日本政策金融

公庫におけるセーフティネット貸付に加え、平成22年8月2日より「衛生環境激変対策特別貸付制度」を発動しておりますのでご紹介します。

## ○衛生環境激変対策特別貸付制度の概要

	衛生環境激変対策特別貸付（平成10年4月9日創設）
目的等	感染症又は食中毒の発生による衛生環境の激変に起因して、一時的な業況悪化から衛生水準の維持向上に支障をきたしている、生活衛生関係事業者の経営の安定を図るための特別な貸付制度
貸付対象者	口蹄疫発生により影響を受けた宮崎県内の飲食店営業、喫茶店営業、食肉販売業、旅館・ホテル業を営む者 (①最近1ヵ月間の売上高が前年また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。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。)
資金用途	経営を安定させるために必要な運転資金
貸付限度額	別枠1,000万円
貸付期間	5年以内（特に必要と認められる場合は7年以内）
措置期間	6ヵ月以内（特に必要と認められる場合は1年以内）
貸付利率	基準利率（2.15～2.25%）。ただし、振興計画に基づく事業を実施している者については、特別利率③（1.25～1.35%） ※利率は、いずれも平成22年8月11日現在
取扱期間	平成22年8月2日から平成23年2月28日まで

### (参考)

#### ○生活衛生セーフティネット貸付（経営環境変化資金）

- ・貸付対象者：振興計画に基づく事業を実施している生活衛生関係事業者であって、社会的、経済的環境の変化等外的要因により、一時的に売上減少等業況悪化をきたしている者
- ・貸付限度額：別枠5,700万円（運転資金）
- ・貸付利率：基準利率。ただし、最近の売上高が減少するなど一定の要件に該当する場合は、「基準利率-0.3%」、雇用の維持または拡大を図る場合は「基準利率-0.2%」

#### ○特別相談窓口

株式会社日本政策金融公庫の宮崎県、鹿児島県、熊本県内の支店において、「口蹄疫に関する中小企業支援対策特別相談窓口」を設置し、融資相談及び返済相談に対応しています。



## ○衛生環境激変対策特別貸付の発動経緯等

発動事由	SARS（重症急性呼吸器症候群）	高病原性鳥インフルエンザ
特別相談窓口設置日	平成15年4月4日	平成16年1月28日 (感染断定：16.01.12)
発動日	平成15年6月10日	平成16年3月25日
取扱期間	平成15年6月10日 ～ 平成15年12月30日	平成16年3月25日 ～ 平成16年9月30日
対象業種	○ホテル・旅館業 ○飲食店営業 ○喫茶店営業	○食鳥肉販売業 ○食肉販売業 ○飲食店営業
対象地域	SARS患者等が利用した施設の所在地として行政機関等が公表した市町村※1	全国（沖縄県を除く）
貸付実績	26件	140件
	193百万円	822百万円

発動事由	新型インフルエンザ※2	口蹄疫
特別相談窓口設置日	平成21年5月22日 (発生宣言：21.04.28) (感染確認：21.05.16)	平成22年5月21日 (発生確認：22.04.20)
発動日	平成21年7月1日	平成22年8月2日
取扱期間	平成21年7月1日 ～ 平成21年12月30日	平成22年8月2日 ～ 平成23年2月28日
対象業種	○ホテル・旅館業 ○飲食店営業 ○喫茶店営業	○飲食店営業 ○喫茶店営業 ○食肉販売業 ○ホテル・旅館業
対象地域	全国（沖縄県を除く）	宮崎県
貸付実績	199件	－
	2,135百万円	－

※1 大阪市、京都府京都市・亀岡市・宮津市、兵庫県姫路市・三原郡南淡町・出石郡出石町、香川県小豆郡土庄町、高松市、鳴門市

※2 飲食店営業及び喫茶店営業は、発動日：平成21年9月4日 取扱期間：平成21年9月4日～12月30日

## 生活衛生関係営業の景気動向等調査結果

日本政策金融公庫 国民生活事業本部  
生活衛生融資部 生活衛生情報支援グループ 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、2010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。

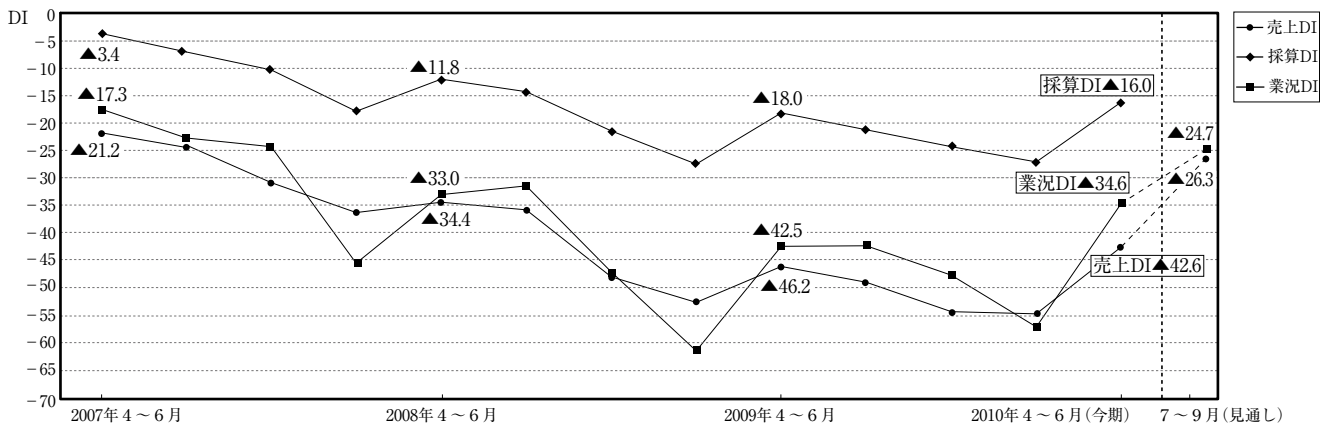
### ～依然として厳しいものの、緩やかながら持ち直しの動きがみられる生活衛生関係営業の景況～

今期(2010年4～6月期)の売上、採算、業況の各DIは、▲42.6(前期比12.3ポイント上昇)、▲16.0(同11.0ポイント上昇)、▲34.6(同22.7ポイント上昇)となり、3項目全てで上昇しました。前年同期に対しては、売上DIは3.6ポイント、採算DIは2.0ポイント、業況DIは7.9ポイントそれぞれ上昇しました。

生活衛生関係営業の景況は、依然として厳しいものの、緩やかながら持ち直しの動きがみられます。

※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

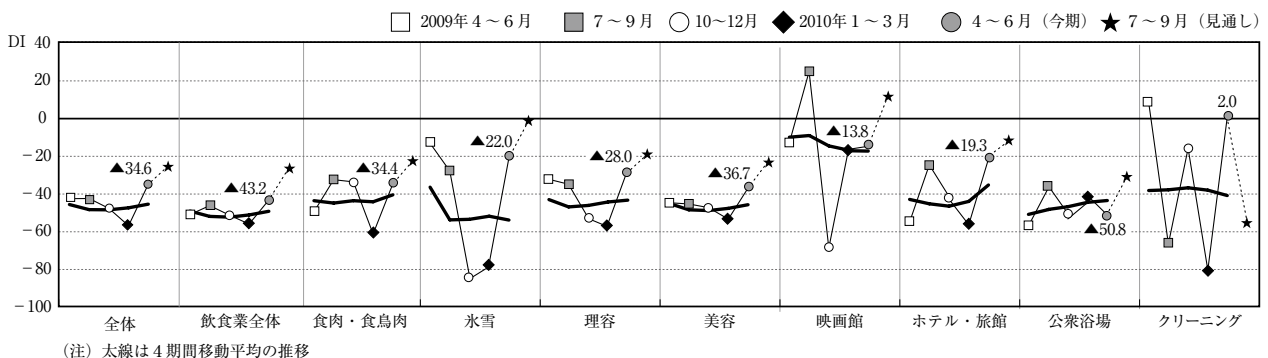


業況DIを業種別にみると、前期に比べ「公衆浴場業」を除く8業種で上昇しました。

4期間移動平均でみると、「冰雪販売業」「映画館」「クリーニング業」で低下した一方、他の6業種は上昇しました。

来期の見通しは、季節変動の大きい「クリーニング業」を除く8業種で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

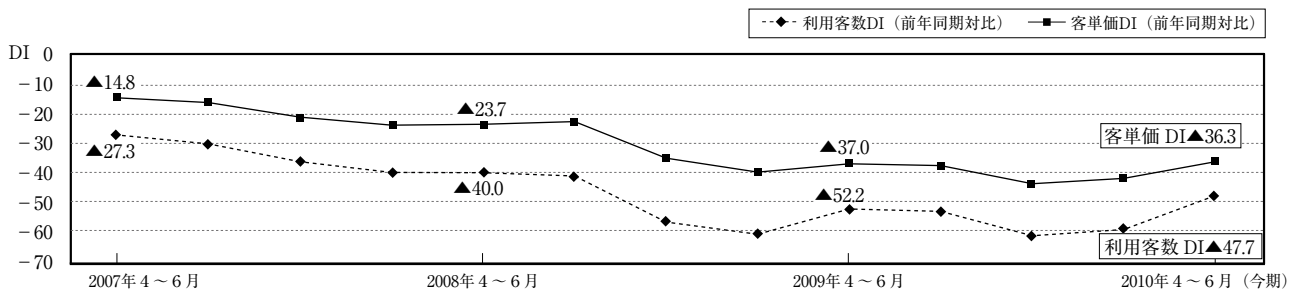


利用客数DIは、前期から11.4ポイント上昇して▲47.7となり、前年同期に対しては4.5ポイント上回りました。2期連続で前年同期の水準を上回りました。

客単価DIは、前期から5.6ポイント上昇して▲36.3となり、前年同期に対しては0.7ポイント上回りました。11期ぶりに前年同期の水準を上回りました。

※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



今期 (2010年4～6月期) に設備投資を行った企業の割合は、11.2%と前期 (9.1%) に比べ2.1%上昇しましたが、前年同期比では0.3%低下しました。4期間移動平均でみると、2007年10～12月期以降、下降が続いていましたが、2009年4～6月期以降は緩やかな上昇が続いています。生活衛生関係営業の設備投資は、下げ止まり感はあるものの、依然として低い水準となっています。

業種別に設備投資を実施した割合を高い順にみると、「ホテル・旅館業」29.5%、「映画館」25.9%、「公衆浴場業」21.3%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」「クリーニング業」「飲食業」を除く5業種でした。特に「映画館」「ホテル・旅館業」は比較可能な1997年4～6月期以降で最高水準となりました。

図4 設備投資実施割合の推移

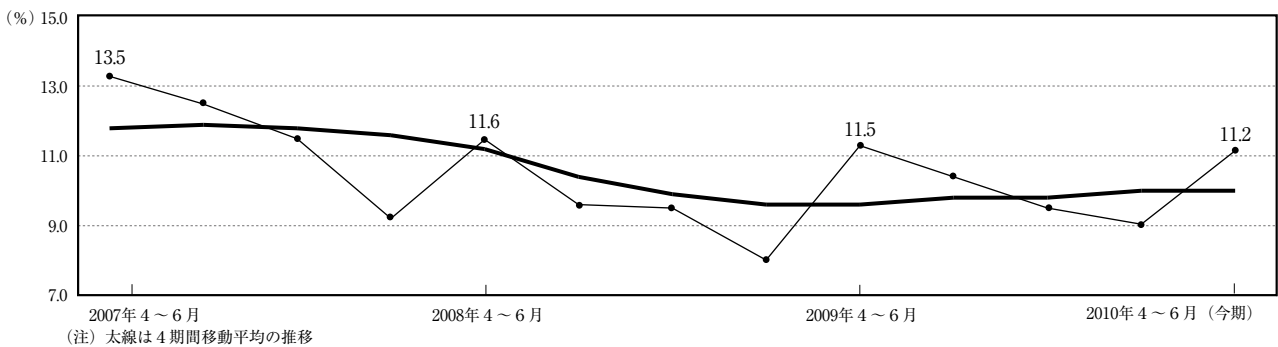
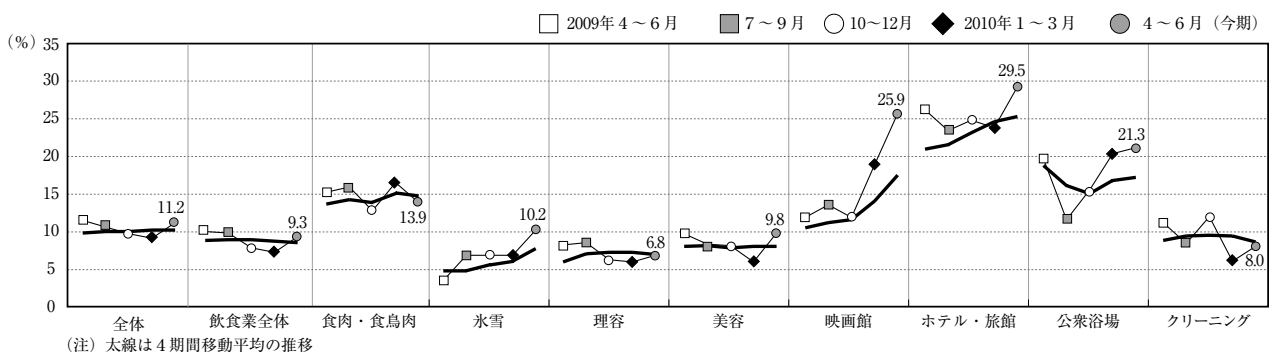


図5 業種別設備投資実施割合の推移



# 多様化に伴う通信販売の落とし穴

＜(社)全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 佐々木 真知子＞

## ■通信販売のメリット・デメリット

消費者にとっては、買い物に行く時間や交通費を削減できる、自由な時間での買い物や自発的にゆっくり考えて購入できるなどの利便性があります。事業者には販売する店舗資金・接客するコストを省き消費者ニーズを把握できる、在庫を抱えないなど手軽に事業参入が可能です。

便利さの反面、消費者は購入時に手にとって確かめることができず、事業者が表示した広告や画像等で判断するしかありません。事業者側も限られた時間や広告スペースに全ての情報を案内し掲載することは困難と思われれます。

通信販売で申込み、実際手元に商品が届いてみると自分のイメージしたものや違うと感じることも少なくありません。

## ■通信販売の市場とトラブルの状況

ここ数年小売市場規模は低迷し、百貨店なども縮小している中、通信販売市場の伸び率が年々増加しています。

2008年度の通信販売業界全体の売上高は、推計で4兆1,400億円、対前年伸び率6.7%を記録。10年前と比較するとおよそ2倍の売上高でした。(社団法人日本通信販売協会「通信販売企業実態調査」より)

市場成長の背景としては

- ・取り扱う商品は総合的販売から専門通販企業へと変化し、化粧品・健康食品を中心とする企業の売上げが増加した。
- ・メディアとしてのインターネット通販による市場が拡大した。

通信販売利用者の媒体別利用動向では、05年までカタログが首位で、06年にはインターネットがトップ、その後連続しており、08年には58%を占めていました。

携帯電話機の性能高度化、パケット通信料定額利用者の増加によりアクセスが、パソコンか

ら携帯へとシフトし「どこでもショッピング」が可能となりました。

このような状況下、多様化する通信販売の媒体と情報通信の利用拡大により、消費生活相談においても通信販売、特にインターネット通販に関わる相談の割合も増加傾向にあります。

国民生活センターに登録された消費生活相談受付状況(図1)では、2009年度販売形態別分類のうち通信販売に関わる相談件数は248,806件でした。商品役務別分類上位10位までの分析によると、1位は「運輸通信サービス」が全体の約60%を占め、パソコンや携帯電話で無料だと思えばダルト情報サイトなどに登録したところ料金を請求された、利用した覚えのないサイト利用料を請求された相談などでした。2位「教養娯楽品」では、パソコン・パソコンソフト・書籍印刷物等の契約が多く約7%。3位「教養娯楽サービス」6%、ダイレクトメールを利用した海外宝くじ等、4位「商品一般」5.9%、主にハガキによる架空請求で減少傾向ではあるものの巧妙な手口はなくなりません。5位「金融・保険サービス」やみ金・保険契約。その他「被服品」は婦人洋服、「食料品」は健康食品、「保健衛生品」は化粧品の相談が多く割合を占めています。

順位	商品・サービス(大分類)	2009年度	割合
1	運輸通信サービス	147,965	59.5%
2	教養娯楽品	17,345	7.0%
3	教養娯楽サービス	14,918	6.0%
4	商品一般	14,576	5.9%
5	金融・保険サービス	10,549	4.2%
6	被服品	8,566	3.4%
7	食料品	6,647	2.7%
8	保健衛生品	5,560	2.2%
9	住居品	5,557	2.2%
10	内職・副業・ネズミ講	4,238	1.7%

国民生活センターHPデータベースより引用  
(20100608)

図1 2009年度 通信販売商品・役務別上位相談受付件数

代金支払後には、「ネット上の個人間売買で代金を支払ったのに商品が届かない」等の商品未着や契約締結後の代金決済上

においてもトラブルが目立っています。

通信販売を利用している年代別データによると20歳未満から70歳以上と利用する年代も幅広く、「運輸通信サービス」は未成年者の情報通信の利用、特に携帯電話を利用したトラブルも少なくありません。

### ■主な相談事例から

**【事例1】** テレビショッピングで有名タレントや愛用者が膝サポーターと腰用ベルトについて体験談を語っていたため信用して購入した。使用してみたが効果は感じられなかった。

#### 【アドバイス】

映像や音声での商品紹介では、購入意欲をそそる様な演出で、重要な事は表示時間内でわかりにくいことがあります。番組の印象だけで決めず、使用方法や使用上の制限、返品可否、業者の連絡先などきちんと確認しておくこと。

**【事例2】** ダイエット食品をインターネットで購入。その後も注文していない同じ商品が続けて何度も送られてくる。もうやめたい。

#### 【アドバイス】

健康食品やダイエット食品、スキンケア商品などを購入したら定期購入契約になっていたという場合もあります。

インターネットによる通信販売の場合は、事業者は必ず契約内容の確認を画面上に明示する必要があり、注文をするときは契約内容を再確認し、申込みした確認画面の保存やプリントアウトすることもお勧めします。

**【事例3】** 通信販売で洋服を買ったがサイズが合わないのに、返品に応じてくれない。クーリング・オフ制度はないのか。

#### 【アドバイス】

通信販売にはクーリング・オフ制度はありません。しかし、返品の可否・返品の条件・返品に係る送料負担の有無を広告に表示していない

場合は、8日間、「送料を消費者が負担する」ことにより、返品（契約の解除）が可能となります。購入する前に、返品の可否について記載されているか確かめること。

### 【～こんな相談もありました～

#### 送りつけ商法!?

最近「カニは好きですか」「カニ買わないか」と電話があり勝手に送られてきたという相談。お取り寄せブームなどで産地直送を謳うようだが実態が不明。「断ってもしつこい」という相談が寄せられています。契約当事者は高齢者が多く、カニの他にホタテ貝・サケなどの魚介類もあり、購入価格は1万5千円から3万円程度。届いた品物は価格に見合う商品とは思えない粗悪品が多く、必要なければきっぱり断ることが重要です。電話を切っても何度もしつこくかけて来る。値引きやおまけをつけるという断りづらい状況をつくります。また断ると恫喝するなど迷惑な勧誘行為で、特に高齢者は一方的に送りつけられ代金引換で宅配業者から請求されると代金を支払ってしまう傾向も見受けられます。

電話で勧誘された場合は、生鮮食品であっても、クーリング・オフが可能です。が、(現金取引3,000円以上の場合)、契約解除通知を出しても代金返還に応じないことや連絡先や所在が不明のケースもあります。したがって申し込んでいないのに、勝手に送られてきたら受け取らない。一方的に送られてきても承諾の意思を示さなければ契約は成立していないので、商品の受け取り義務や支払い義務はありません。高齢者がトラブルに巻き込まれないよう家族や周囲も注意が必要です。

当然のことですが、多様化した通信販売を上手に活用するためにも信頼できる購入契約先を選択する必要があります。

## “映画館ファン”も育てたい



松本智理事長



竹村春由専務理事

経営努力よりも上映作品の人気に左右される映画の世界。そのような難しい世界で、団結した取り組みをみせる生活衛生同業組合滋賀興行協会（以下同組合と表記）。「小規模の組合ですが、がちりまとまっています」という松本智理事長と、「大手シネコンと地元資本のシネマ、移動映画も含み多彩な活動をしています」と胸を張る竹村春由専務理事にその活動ぶりを伺った。

### ◆県や各種団体とも協力、特色ある活動

松本理事長がまず手に取ったのは、「じんけんフェスタしが2010」のPRチラシだ。県などが主催して今年9月に開催するイベントで、同組合は映画「キクとイサム」を上映する。

竹村専務理事は「このようなイベントでの映画上映には移動映画のメンバーが協力します。県内の公民館やホールなどでの

映画上映も数多く、文化庁が貸し出す優秀映画フィルムを使った上映会も各地で開催され、各団体とは協力体制をとっています」と話す。

組合員の中には、映画ファンで作る市民団体のメンバーとして、団体が行う映画祭でのフィルム調達などに力を発揮、喜ばれているというケースもあるようだ。

「人権啓発ではPRフィルムの上映もありました」と松本理事長が紹介する。これは県が制作したテレビ放映用の30秒のハイビジョンビデオを同組合がフィルムに変換、組合員の常設映画館で本編上映前にPRフィルムとして上映された。実施したのは平成18年、19年で、19年の上映回数は約3,900回にのぼる。「県担当課から大変感謝されています」と竹村専務理事は笑顔をみせた。

### ◆大成功「冬休み高校生映画館体験ツアー」

二人が「ぜひもう一度やりたい」と声をそろえたのが、平成18年1月に実施された「冬休み高校生映画館体験ツアー」だ。将来の顧客となるであろう高校生を映画館に招き、支配人らによるセミナーやクイズ、映写室などの裏舞台見学、フィルム編

集などのスタッフ体験と映画鑑賞を含む充実の内容で、地元各紙が大きく報道したことでPR面でも大きな効果があった。

参加した高校生からは「テレビでのビデオやDVD鑑賞とは全く違った」や「将来の職業として興味が持てた」などの感想が寄せられたほか、アンケート結果からは、映画館スタッフの顧客サービスに対する見直しも図れたと言う。

### ◆ラジオコマーシャルも

「春休みのこの時期に『映画』を観て、気分転換なんていうのは如何ですか？（中略）映画は、居ながらにして日本や世界にあなたを誘ってくれます。それどころか、過去や未来でさえも…



「キクとイサム」上映で協力する「じんけんフェスタしが2010」のチラシ

▼平成21年の視察研修では前年秋にオープンした「TOHOシネマズ西宮OS」(兵庫県西宮市)を視察



夢があふれますよね。映画館のあの大きなスクリーン、臨場感あふれる音響、そして何よりあの大きな空間が、あなたを癒してくれますよ。滋賀県下の映画館では、毎月1日の『ファーストデー割引』のほか、『レディースデー割引』『シニア割引』、そして夫婦のうちどちらかが50歳以上なら適用される『夫婦50割引』など、各種サービスを実施していますので、各映画館にお問い合わせ下さい。『ちょっとリゾート』『ちょっと異次元体験』。ぜひお近くの映画館に足を運んでください。映画館の組合滋賀県興行協会からのお知らせでした」――。

これは、平成21年、22年の3月に地元のFM局(e-radio)で流されたラジオコマーシャルの一部だ。身近で手軽なレジャーとして映画を提案しながら割引サービスの内容も伝え、「そうだ、映画に行こう」と思わせる内容になっている。

#### ◆こまめな情報収集と配信

同組合では、最新の設備を備えた他府県の映画館への視察研修のほか、興行に関する各種情報を収集し、組合員に情報提供を行っている。

内容は大手新聞社が報じた「映画盗撮防止法の初適用」や米映画「ザ・コーヴ」上映を巡る記事、経済紙の「高機能携帯電話を使った映画チケットの販売サービス」や、「米女性誌が調査した映画館の3Dメガネは衛生的か――という調査結果」など多岐にわたる。

竹村専務理事は「映画館スタッフは多忙を極めていますので、情報収集までは手が回らないのが実情。重宝しているとの声を聞いています。多いときには週に数回、月平均でも10回程度の情報を発信しています」と話す。

平成21年には「新型インフルエンザ」について、県からの情報は逐次組合員に配信したほか、今年も県生活衛生課担当者を講師として「映画館と感染症」をテーマにした研修会を実施した。

#### ◆デジタル化や3D映画など 今後の方向性について 映画の上映方式は、フィルム

式からデジタル式に移りつつある。さらに映像が立体的に見える3D映画が登場、話題となった。

デジタル化による設備投資は高額だが、松本理事長は「デジタル化による機器を生かす方法として、W杯などスポーツのパブリックビューイングや企業の会議場としての利用など、映画の上映以外の道も探れる」と話す。組合でも情報収集や研修会などを実施して、映画館のファン作を進めたい考えだ。

「映画鑑賞以外の目的でも来ていただける地域密着型の施設になる事が大切。映画ファンはもちろん、映画館ファンを育てる時代と感じている」と話した。

アイデア豊かな同組合が打ち出す新企画など、今後が楽しみだ。



今年6月、組合研修会で「映画館と感染症(新型インフルエンザ等)について」の講演を聞く組合員たち

#### 組合情報

住 所 滋賀県大津市打出浜13-22

理事長 松本 智(サトシ)氏 職員数 1人

電 話 077・524・2312

URL <http://www.shigalife.or.jp/kougyou.html>

# 再考 和のこころ

世相ウォッチャー 更科 ケイ

## 異論も受け入れ

### 度量を広げる

「しぐさ」のリベラルさ

明治維新直後、ときの政  
府は江戸の「おつき合い講」  
を廃止した。この講は「江  
戸しぐさ」の一つであり、  
江戸に集まって来る各地の  
人々、各地の異文化とどう  
つき合うかで人間の真価が  
問われると、江戸の人々は  
考えていたという。それが  
廃止され、江戸育ちの古老  
は「異国つき合いの方法を  
知らない連中が、天下国家  
を取って、うまくやってい  
けるんでしょいかねえ。三  
代目にはエゲレスやアメリ  
カと喧嘩してシャツポを脱  
ぐなんてことになりません  
かねえ」と嘆いたという。  
その嘆きは明治、大正、そ  
して昭和の三代目に現実と  
なった。

維新後、江戸の

文化は影の歴史と  
して葬られた、明  
治の新政政府は富国  
強兵をスローガン

に男尊女卑の国へと作り変  
えてしまった、とまでいう  
学者もいる。江戸っ子は世  
間様を見て、自然に身につ  
くものが「しぐさ」だと考  
え、江戸には才能のある人  
の芽を伸ばし、よそ者も受  
け入れるというリベラルな  
風土があったという。

「尊異論」今こそ必要

そんな江戸っ子気質が生  
きている店がある。数年前、  
取材で訪れた四国にある中  
華料理店だ。ご主人は大阪  
の有名店で修行し、本格的  
な中華料理を出す。その料  
理は、高級な店の味に劣ら  
ないにもかかわらず、町の  
定食屋さんのように低価格  
でサービスし、地域の人た  
ちに愛されている。

この店のすごいところ

は、お客が「こんな料理で  
きかない？」と言えば、その  
日にある材料で作ってくれ  
るところだ。昼どきの定食  
も、決まったセットはある  
が、お客が好きなおかずを  
選んでセットにしてくれ  
る。店のおかみさんは、「四  
国の田舎では、都会で修行  
した中華料理の味はなじま  
ないので、少しずつ変えて  
いるんですよ」と話す。

たしかに、地方には都会  
にない伝統的な味付けがあ  
る。全国チェーンの居酒屋  
メニューは、均一

な料理もあるが、  
地元の材料を使う  
と味が違う。カッ  
プラーメンのスー  
プは関西圏、関東  
圏などで濃さを分  
けているという話  
も聞いたことがあ  
る。  
世間を知って売

り方を決める。これはマー

ケティングの基本だが、そ  
れを忘れている店主が多く  
ないだろうか。ときには、  
お客や若いスタッフの意見  
にも耳を傾け、吟味する異  
論を尊ぶ姿勢も必要だと思  
う。江戸っ子はこの「尊異  
論」を持ち合わせていたか  
らこそ、どんな人も受け入  
れ、商売を大きくしていけ  
たのだろう。今はいろいろ  
な意味でボーダレスな社会  
になってきたからこそ、こ  
の度量の広さを見習いたい  
ものだ。





# いっつもかあさん、ときどきライター



## お盆に見る

## グータラ嫁の成長

記録的な猛暑となった今年の夏。エコが「国是」である現代、朝からエアコンの室外機がうなっているのは、ご近所の手前、肩身が狭いが、そこは「こう暑くしては原稿が書けない」という錦の御旗がある（残念ながら私自身にしか通用しないが…）。しかし問答無用で額に汗して働かなければならない日——そう、お盆の帰省である。

夫の実家は、自宅から車で2時間の郡部にあり、義両親が自家用の畑を世話しながら生活している。この家には「お客さん」という言葉はない。遠路を募参りに来る高齢の親戚も、帽子や着替えを用意して、嬉々として畑の手入れを手伝う。

はつきり言って、嫁としては非常にやりにくい。結婚後5年くらいは、この「働かざる者食うべからず」の厳しい掟に気づかず、のほほんとエアコンをつけて過ごしていた私。息子が物事を理解する年頃になると、義母の反撃が始まり、帰省のたびに息子をダシに「コウちゃん、お手伝いしてね〜」ときた。

ここらでにぶい私もはつと自覚し、次の5年は「お義母さん、何かお手伝いする事ありませんか？」と積極的に打って出たのだが、「お寺さんが来られるから、庭の花を切ってきて、花瓶に生けて」とか「大根を桂むきにして、刺身のツマにして」とか、無理難題が続

出。義母は若い頃、家庭科の先生だったので、この程度の事に困難を覚える人物が息子の嫁であったとは、さぞ衝撃を受けた事だろう。そこで自ら外に出る

作戦、すなわち窓ガラスふきや網戸洗い、庭の雑草抜き、そして墓掃除などに精を出すのが、お互いの精神衛生上も一番よいと落ち着いた。義母の長靴を借りて、中にいたナメクジを踏みつぶすなど、幾多の苦い経験も経て、砂利の間にはびこる雑草を、根を残さずにつつと引き抜く高度な技も



わが町内事情を知り尽くしている(?)老猫。飼い猫なのか野良なのかは不明…

習得した。中でもお気に入り(ー!)は墓掃除。墓地は涼しいし、行き交う近所の人に「信心深い良い嫁」を最高にアピールできて、義母も鼻高々だ。ガラスが汚した墓石をびかびかに磨けば無我の境地に。ご先祖様も喜んでくれていると思う。

汗をかいたあとは、畑で取れたスイカ。食事は野菜中心、もちろん無農薬。心身ともに浄化された気分です。次は実家に向かう。ここでは三食上げ膳据え膳、冷凍庫をのぞいては「ママ、アイス買ってないの?」と童心に返り、肉やビールをしこたま車に積み込んで自宅に戻って、心おきなくエアコンのスイッチオン。こうして私の盆・正月限定エコ生活と日々のグータラ生活が、絶妙のバランスで成り立っているのである。(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

H22.9.1 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

〒102-0074  
東京都千代田区九段南4-8-30 アルス市ヶ谷907

### 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22年9月発行 通巻393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](mailto: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。



厚生労働大臣認可  
標準営業約款・Sマーク



# Sマークのあるお店は 安全・安心のお店です。



Safety  
安全

Standard  
安心

Sanitation  
清潔

マークのある

理容店・美容店・クリーニング店・めん類飲食店・  
一般飲食店は、厚生労働大臣が認めた安全・安心  
のお店です。

Sマーク登録対象業種

理容

美容

クリーニング

めん類飲食

一般飲食

財団法人全国生活衛生営業指導センター

住所：〒105-0004 東京都港区新橋6-8-2 全国生衛会館2階

TEL: 03-5777-0341

URL: <https://s-mark.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。



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。