

生衛ジャーナル

「広げよう 元気の輪、地域の輪」

2011年7月



C O N T E N T S

ふろんていあ	1
お店探訪	2～3
センターにゆうす	4
せいえい掲示板	5
厚生労働省から	6～7
日本政策金融公庫（国民生活事業）から.....	8～9
消費生活相談の現場から	10～11
いっつもかあさん、ときどきライター	12

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。

その他、ご意見や提言

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。

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

バー「絵里香」(東京・銀座)
オーナー・バーテンダー

中村 健二

昨年11月、アメリカのケンタッキー州レキシントン市で行われたケンタッキー(バーボン)ウイスキーカクテル世界大会で日本代表として出場し、幸運にも初代世界チャンピオンの名誉をいただきました。

このカクテルコンクールは世界のウイスキーファンに愛飲されているメーカーズマーク(バーボンウイスキー)を使用した大会で、私は昨年9月に開催された日本の「メーカーズマーク・カクテル・コンペティション2010」でグランプリをいただき、世界大会出場となりました。世界大会にはイギリス、フランス、ドイツ、ロシアなど世界各国から15名が参加、日本代表は私1人でした。各国代表の平均年齢は40代前半、私の息子より若い。

審査方法はメーカーズマーク社が招待した地元の顧客180名が各選手のカクテルをテイastingし、色彩、香り、味覚、出来上がりの美しさなど、自分の味覚に最もマッチしたカクテルに一票を投じ、その総数にて優勝者が決定するという公明正大なものでした。

いよいよコンクールの幕が開く…。適度の緊張感と高揚感! 私はある思い出に浸っていました。

昨年4月、私は初めてメーカーズマーク社を訪問、研修のため車で移動中に見た風景に、知らず知らずのうちに、かのスティーブ・フォスターの名曲の数々を口ずさんでいました。懐かしのケンタッキーのわが家(現在のケンタッキー州歌)、オールド・ブラック・ジョー、



筆者(写真右)とグランプリを受賞した「ビューティフルドリーム」(左)

スワニー河、おおスザンナ、草競馬、金髪のジェニー、そしてビューティフルドリーム…。

帰国後、すぐに「ビューティフルドリーム」と名づけたカクテルが完成しました。レシピは割愛させていただきますが、メーカーズマーク・ウイスキー、ピーチリキュール、アセロラジュースなどをシェークしたロングドリンクスです。

世界大会では「ビューティフルドリーム」に圧倒的な得票をいただきました。審査員のコメントは「あなたのカクテルは飲みごちがスムーズで美味しい」「メーカーズマークとピーチリキュールの香りと味のバランスが良く素晴らしい」など、お褒めの言葉をいただきました。各国選手から祝福の握手、審査員や顧客から歓声と拍手の波…。

74歳にして素晴らしい体験ができました。私どもバーテンダーという職業は「幸せ配達人」だと思います。生涯、技術・知識の修得のみならず、豊かな人間性の構築に努めること、「日々是道場」、常にお客様が幸福になるよう励んでいきたいと思っています。

.....

筆者略歴 昭和11年生まれ、74歳。昭和43年、「絵里香」開業、(社)全国生活衛生同業組合中央会理事長表彰(平成17年)。現在、社団法人日本バーテンダー協会顧問、毎年開催される「ワールド・カクテル・コンペティション」の審査員も務める。若手・中堅バーテンダーの指導・育成のほか、地元の活性化のために活躍中。

カクテル世界大会奮戦記

復興へ住民と共に奮闘中

東日本大震災によって沿岸部の町が大津波に根こそぎ流されてしまった宮城県南三陸町。町はまだガレキが残るが、海はブルーとエメラルドグリーンの美しい色合いに戻っている。志津川湾の高台に建つ「南三陸ホテル観洋」は、震災で1、2階が浸水したものの比較的軽微な被害で済んだ。現在は避難所としての役割を果たしながら、2つのレストランを営業、ホテルと南三陸町の復興に向けて努力を続けている。

「南三陸ホテル観洋」は、朝日が昇る志津川湾の景色と三陸産の新鮮な魚介類が並ぶ食事で人気の高いホテルである。

地震が起きた3月11日14時46分、女将の阿部憲子さんはホテルのロビーにおり、館内には60人余りのお客様が滞在中だった。避難訓練をしていたとおりに、各フロア担当者がお客様を誘導、外の高台に避難した。そして防災無線から大津波警報が流れる。

阿部さんと数人のスタッフは建物の安全確認のため館内に残った。「ホテルは硬い岩盤に建っていますから建物はまず大丈夫、高い位置にあるのでロビーがある5階までは波はこないと思いました」。その判断は的確だった。そのうち

近隣の住民も、周辺の高台に一軒しかない同ホテルに続々と避難してきた。そしてロビーの大きな窓を通し、ホテルの2キロメートルほど北にある南三陸町の志津川地区が津波にのまれていく様子を呆然と見つめることになった。

ライフラインは全てダウン、ホテルは1、2階が津波による浸水でメインの露天風呂が壊滅、水とプロパンガスの大きいタンクが使用できなくなった。使えるのは60トンの水と小タンクのガス。震災2日後に重油使用の自家発電で電気は8割程度使えるようになった。

震災当日、ホテルには住民約170人、スタッフ約120人、宿泊客60人と合わせて約350人が集まっていた。阿部さんは孤立状態になると考え、まず料理長に3か所の厨房にある冷蔵庫の食料を確認し350人が1週間食べられる献立を立てるよう指示。「他のスタッフも自宅の状況や家族の安否が確認ができない中、覚悟を決めて皆さんのお世話に力を尽くしてくれました」。

周辺状況は、鉄道が寸断され、道路にはガレキがあり、橋も落ちて、ホテルはやはり孤立状態。しかし幸い警官が駆けつけ、通れる道路の情報を提供してくれたため3月13日から宿泊客と住民を送り出す。ホテル所有のバスで、仙台方面や隣接する登米市の指定避難所へと送り、完了したのは17日朝だった。

震災後10日前後から、ボランティア団体、自衛隊による救援物資が届き始めた。地元企業が給水車を派遣、毎日80トンの水をホテ



ホテル外観



ホテルのスタッフと一緒に阿部さん（右端）

「南三陸ホテル観洋」

住所：宮城県本吉郡南三陸町黒崎 99 - 17

代表者：阿部 憲子さん

電話：0226・46・2442



㊦5階ロビーから志津川方向を望む、㊦津波は3階建ての町の防災庁舎を超える高さだった

ルに供給する支援も。ホテルは今、家を失ったスタッフと家族や近隣住民を受け入れ、600人がともに暮らす避難所となっている。

「ここで住民の方々のお世話をしなければ町の復興につながらないですからね。衣食住を提供するホテルの強みを生かした貢献です。子どもたちが転校しなくていいように、事業者や商店主が商売をこの町で再開できるようにと願って、ともに頑張っています。やはり人の絆が大切ですね」と阿部さんは話す。

4月15日に町の電気は復旧したが、水道はまだ。ホテルで使う水は通常毎日300トンのところ80トンと足りないため、風呂とトイレは週ごとに使える階を替えるなど協力し合って節約に努めている。そんな不便の中、ホテルでは時々ロビーで「お茶っこの会」を開き、避難者同士やスタッフとの交流を楽しんだり、ひまわりを育てようと一緒に園芸作業をしたり、衣類のフリーマーケットをしたり、生活を快適にする工夫を行っている。また多くの芸能人が入れ替わりに訪れて、コンサート、お笑いやマジックショーなどを開催、住民を元気づけている。

ホテル自体も復興へと動き出した。4月23日に別棟のレストラン「海フードBBQ」を再開。以前と同じ海鮮料理の食材は調達できないため、カレー、ナポリタン、おにぎりといったメニューでランチのみの営業としている。若手ス

タッフがブログで再開を発信、また「営業中」と書いたダンボールの大きな手書き看板を持って道端に立った。すると、車で通りかかる人が次々に訪れて予想以上の来客数になり、翌日は満席に。スタッフも久し振りに接

客業に戻ったと気合が入ったとか。お客様からは「よくぞ開いてくれた」「石巻の避難所から来たが震災後初めて温かいものを食べた」と喜ぶ声が寄せられた。同月29日には館内のレストラン「シーサイド」も再開。こちらは仙台市場から仕入れた魚で、日替わり定食、まぐろ丼、鮭いくら丼などを提供している。一般宿泊については、不便を承知してくれるならと受け付けを再開。ブログもスタッフが交代で更新し「復興」の言葉も表れた。ホテルは徐々に営業態勢を整えている。

「ホテルが守られた意味を考え、町のことを考えて動くのが私たちの務めだと思います。町から若い人が離れつつありますが、観光業は裾野の広い商売、ここで雇用をできるだけ確保して、再び美しく住みやすい町にしたいですね」と、阿部さんは前を見て進んでいる。



レストラン「シーサイド」の入り口に張り出された節水お願いの紙



「シーサイド」の日替わり定食(1,575円)㊦
まぐろ丼(1,260円)㊦



平成23年 春の叙勲・褒章受章者

平成23年春の叙勲・褒章の受章者については、東日本大震災の発生で決定が遅れておりましたが、6月中旬に閣議決定され、4月29日に遡って発令されました。

このたびの受章者のうち、生衛組合関係（生活衛生功労）の受章者（叙勲22名、藍綬褒章4名）は次のとおりです。受章者の皆様おめでとうございます。

◆叙勲（敬称略・50音順）

◇…旭日小綬章…◇

▽伊藤 毅 = 現・全国中華料理生活衛生同業組合連合会会長（東京都）

◇…旭日双光章…◇

▽上野 和美 = 元・岐阜県食鳥肉販売業生活衛生同業組合理事長

▽大坂 辰一 = 元・福井県社交飲食業生活衛生同業組合理事長

▽勝又 敏 = 現・北海道麺類飲食業生活衛生同業組合理事長

▽澁田 正則 = 現・全国飲食業生活衛生同業組合連合会副会長（佐賀県）

▽澁谷 稔 = 元・埼玉県中華料理生活衛生同業組合理事長

▽鈴木 幸通 = 現・島根県食肉生活衛生同業組合理事長

▽松井 義三 = 現・大阪府理容生活衛生同業組合理事長

▽山田 昭治 = 元・全国クリーニング生活衛生同業組合連合会副会長（兵庫県）

▽山屋 隆 = 現・岩手県公衆浴場業生活衛生同業組合理事長

▽横山 年勝 = 元・宮崎県理容生活衛生同業組合理事長

▽吉田 秀治 = 元・富山県公衆浴場業生活衛生同業組合理事長

◇…旭日単光章…◇

▽相原 菊男 = 現・静岡県美容業生活衛生同業組合副理事長

▽片桐 道好 = 現・三重県喫茶飲食生活衛生同業組合副理事長

▽金山 悦子 = 元・鳥取県美容業生活衛生同業組合副理事長

▽上永吉正人 = 現・大阪府食肉生活衛生同業組合副理事長

▽熊谷 安孝 = 元・愛知県喫茶飲食生活衛生同業組合副理事長

▽小池 敏博 = 元・大分県飲食業生活衛生同業組合副理事長

▽高澤 信男 = 現・東京都中華料理生活衛生同業組合副理事長

▽中山 富雄 = 現・大阪府飲食業生活衛生同業組合副理事長

▽丸口 道義 = 現・香川県飲食業生活衛生同業組合副理事長

▽美除芙美子 = 現・兵庫県喫茶飲食生活衛生同業組合副理事長

◆藍綬褒章（敬称略・50音順）

▽上月敬一郎 = 現・全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会副会長（大分県）

▽今野 昇一 = 現・福島県食肉生活衛生同業組合理事長

▽田中 秀樹 = 現・全国麺類生活衛生同業組合連合会副理事長（東京都）

▽橋本 邦芳 = 現・長崎県料飲業生活衛生同業組合理事長

せいえい 掲示板

♣ 「藤うどん」 創作コンテスト

埼玉県春日部市の花である藤にちなんだ特産品「藤うどん」を広めようと、創作料理のオリジナルレシピコンテストが春日部市商工振興センターで開かれた。

埼玉県麺類業生活衛生同業組合春日部支部（堀田外治支部長）などが主催、市民から22点の応募があり、このうち書類審査で選ばれた5点について応募者が実際に調理しておいしさを競った。

藤うどんは「アヤムラサキイモ」の粉末を練り込み、藤の花の淡い紫色を出している。コンテストではこの色を生かしているかどうかの評価のポイントになった。

最優秀賞に選ばれたのは、団体職員の岩永

つぎ子さんの「アジアン巻き」（写真左）。藤うどんをキムチ、シソ、ごまだれと一緒にライスペーパーで

包んだ。また、優秀賞にはだし汁に豆乳を混ぜ、鳥そぼろなどを添えた東彩ガス「グルメ倶楽部」の「藤奴うどん」（写真右）に決まった。

受賞した2品は、7月1日から1か月間の期間限定で市内のそば・うどん店3店で販売された。



♠ 県と組合が子育て応援協定

公衆浴場での入浴を通じて、子どもたちにマナーや地域との交流を学んでもらう「^{よく}浴育^{いく}」を進めようと、兵庫県公衆浴場業生活衛生同業組合（月山昇商理事長）はこのほど兵庫県と「子育て応援協定」を結んだ。

同協定は、県が平成18年度から子育て応援に積極的な企業や団体を資金的に支援しようと結んでいる。

今回の協定によって、組合加盟の銭湯では子どもたちに入浴マナーを教えたり、公衆浴場の歴史や文化を学べるポスターを貼ったり

するほか、けん玉や将棋などの伝統的な遊びを楽しめる場を作り、地域の人々との交流を深める。今年度は銭湯10軒での実施を予定している。

神戸市中央区で開かれた締結式では、県の久保修一・健康福祉部長が「銭湯という昔からある地域コミュニティーを生かし、地域全体での子育てを進めてほしい」と期待を表明、同組合の月山理事長も「ゲタばきで気軽に来て、様々なことを学べる寺子屋のような良さを子どもたちにも知ってもらい、大人になっても足を運ぶようになってほしい」と応じた。

★ 浴場組合とCSチャンネルが共同PR

東京都公衆浴場業生活衛生同業組合（関稔幸理事長）は6月4日から、CS放送の演歌、歌謡曲の専門チャンネル「歌謡ポップスチャンネル」と、高齢者をターゲットとした共同PRキャンペーンを始めた。

約300万世帯で視聴可能な同チャンネルは主に60歳以上に人気がある。一方で、都内

の銭湯利用者も60歳以上が6割を占める。主な顧客層が重なることからPR活動で協力することになった。

同チャンネルは環境に優しい銭湯の利用を呼びかける30秒CMを放送。また、番組のPRポスター3,000枚を作成し、同組合加盟の銭湯約800軒に配布し、店内に掲示してもらう。

URL <http://www.1010.or.jp>

東日本大震災関連情報

平成23年（2011年）東日本大震災による被害に対しまして、心よりお見舞い申し上げます。

今般の東日本大震災の発生を受け、被災地域の生活衛生関係営業の復興及び被災した生活衛生関係営業者に対する様々な支援対策等について、その概要についてご紹介します。

1. 被災状況について

健康局生活衛生課では、各生活衛生同業組合連合会のご協力をいただき、被災された営業者の状況について情報を収集して参りました。今回はその概要について現時点で把握できた範囲でご報告させていただきます。

	岩手県	宮城県	福島県
地震・津波による被害件数	11業種563店舗	12業種1,121店舗	10業種604店舗
原発事故による避難件数	—	—	3業種168店舗
組合員の死亡者数	4業種20人	6業種36人	2業種4人
組合員の行方不明者数	2業種12人	5業種9人	—

上記のほか、青森県、茨城県、栃木県、群馬県、千葉県、長野県の6県にわたり被害が発生しております。

今回ご報告しました被災の状況はこれまでに判明しているものを集計した結果であり、実際の被害は、より甚大であることは間違いありません。これからも各連合会の協力を得て情報を収集し、より正確な被害状況の把握に努めて参ります。

2. 税制及び融資制度について

➤東日本大震災への税制上の対応について

現行税制をそのまま適用することが被災納税者の実態等に照らして適当でないと考えられるもの等について、緊急の対応として、「東日本大震災の被災者等に係る国税関係法律の臨時特例に関する法律」（震災特例法）が平成23年4月27日に施行されました。

被災した個人向けの支援では、住宅や家財等に係る損失の額に応じた所得税の減免を平成22年分の所得から適用できる特例措置が設けられました。

被災した法人向けの支援では、震災損失金額がある場合に、その震災損失金額の全額について2年間まで遡って繰戻し還付する特例措置が設けられました。

また、被災自動車の廃車時における自動車重量税の特例還付や買替えに係る自動車重量税を免税する特例措置の他に、津波により甚大な被害を受けた区域内の土地及び家屋に対する固定資産税等の課税免除の特例措置が設けられました。

揮発油税等に係る「トリガー条項」については、大震災の復旧及び復興の状況等を勘案し、一時凍結されました。

なお、上記の緊急対応に加え、全体の復興支援策の中で税制で対応すべき施策については、後日取りまとめられることとされています。

(参考)

(東日本大震災関連の国税庁からのお知らせ)
http://www.nta.go.jp/sonota/sonota/osirase/data/h23/jishin/zeimusho_jokyo.htm

➤融資制度について

日本政策金融公庫の融資制度の拡充等により、被災した生活衛生関係営業者の資金繰りを支援していきます。

「東日本大震災復興特別貸付」の創設

既存の震災対応融資制度の融資限度額や適用利率等の融資条件を大幅に拡充した特別な融資制度を創設。主な拡充内容は、直接及び間接被害を受けた方の融資限度額の上乗せ可能額を「3,000万円→6,000万円」、適用利率を「3,000万円の範囲内で当初3年間最大▲1.4%」などです。

「生活衛生改善貸付」の拡充

融資限度額の拡大「1,500万円に別枠1,000万

円を追加」。別枠分については「当初3年間、経営改善利率から▲0.9%利率引下げ」を実施。無担保・無保証で利用できます。

詳細は日本政策金融公庫（事業資金相談ダイヤル）：0120-154-505

▶特別利子補給制度について

日本政策金融公庫の「東日本大震災復興特別貸付」の利用者のうち、地震や津波で事業所などが全壊・流失した場合等の事業者に対して、支払った利息を年度末に還元する、国による利子補給制度を創設しました。

3. 「被災事業者による被災者支援プログラム」について

生活衛生関係営業対策事業費補助金を重点的に活用し、「被災事業者による被災者支援プログラム」を創設して、生活衛生関係事業者による地域再生への貢献に対する事業に支援を行います。

具体的には、組合及び連合会が実施する「東日本大震災被災地において生活衛生関係営業による地域の再生に資する事業」として、被災した理容師・美容師が仮設店舗で簡易理容室又は簡易美容室を開設する際のハサミ等の配布、被災したクリーニング店が共同で利用できるクリーニング工場を設置する事業を支援するほか、日本政策金融公庫からの低利融資の確保など、都道府県センターによるコーディネートも行いながら、支援を進めることとしています。

4. 中小企業庁の仮設店舗事業について

仮設施設整備事業については、市町村からの要請に基づき、中小企業基盤整備機構が仮設施設（店舗、事務所、工場等）を整備し、市町村を通じて事業者の皆様が無償で貸与するものです。厚生労働省では中小企業庁と連携し、仮設店舗入居の支援を行います。入居を希望する事業者の方は、市町村に入居希望を伝えることが必要です。

5. 夏期に向けた節電対策について

東京電力及び東北電力管内では夏期における深刻な電力不足が予想されます。社会的に影響の大きい計画停電や突然の大規模停電を避けるため、5月13日に政府の電力需給緊急対策本部において「夏期の電力需給対策」が策定され、7月から9月にかけて東京電力及び東北電力管内の官民が一体となって節電に取り組むこととされました。

具体的には、大口需要家（500kW以上）、小口需要家（500kW未満）及び個人・家庭が等しく昨年のピーク時から15%の抑制を節電目標として取り組むこととなります。

また、厚生労働省では6月7日に「厚生労働省節電実行計画」を策定し、政府目標を大幅に上回る節電目標（たとえば大口需要施設における25%の抑制など）を設定し節電に取り組むこととしております。

組合及び連合会の皆様におかれましては、営業者が具体的な節電行動を行えるよう、都道府県センターや地域の自治体等と連携しながら、啓発活動や節電行動計画の作成に対する支援、個別訪問等を通じた具体的取組方法等についての情報提供、協力依頼などについて積極的に取り組んでいただきますようお願いいたします。

また、節電行動の一環として企業が営業活動の短縮・シフト、夏期休業の設定・延長等に取り組む例が増えるなか、従来より早く仕事を終える会社員らを顧客ターゲットとした商品・サービスの提供など新しいビジネスの工夫などにより、営業活動が活性化されることが期待されています。

（参考）

（政府の節電ポータルサイト）

<http://setsuden.go.jp/>

（厚生労働省節電実行計画）

<http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/2r985200001eot6.html>

シーン別にみる消費者の外出先の選び方

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 竹迫 将央

今回は、日本政策金融公庫 国民生活事業が2011年2月に実施した「生活衛生関係営業活性化調査 ～飲食店の経営取り組みと消費者意識調査～」の結果から、消費者の飲食店に関する意識についてご紹介します。

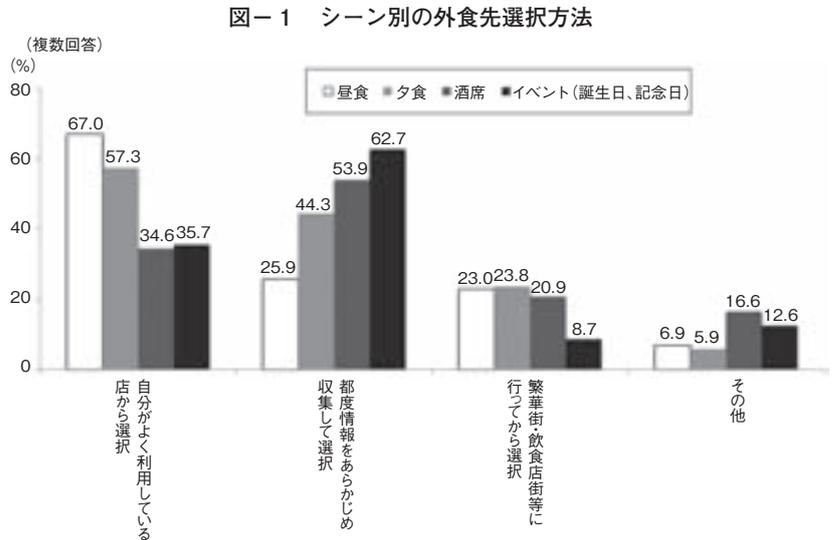
〔調査概要〕

	飲食店の経営取り組み調査	飲食店に関する消費者意識調査
調査対象	日本政策金融公庫の取引先の飲食店	札幌市、仙台市、東京都（23区）、横浜市、千葉市、さいたま市、金沢市、名古屋市、京都市、神戸市、大阪市、広島市、高松市、福岡市、熊本市に在住の20代～60代の男女
調査方法	郵送、無記名によるアンケート調査	インターネットによるアンケート調査
回答数	753社	5,126人

外出先選択方法

～酒席やイベント時は都度情報をあらかじめ収集する割合が高い～

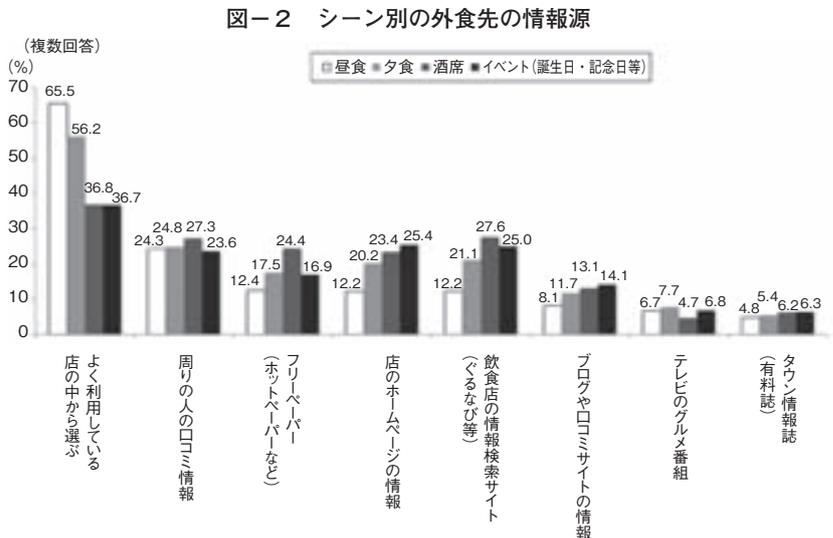
食事のシーン別（昼食、夕食、酒席、イベント（誕生日、記念日等）。以下同じ。）の外出先選択方法をみると、「自分がよく利用している店から選択」の割合は、昼食、夕食で高くなっており、「都度情報をあらかじめ収集して選択」は、酒席やイベント（誕生日、記念日等）で高くなっていきます（図-1）。



外出先の情報源

～酒席ではフリーペーパーや飲食店の情報検索サイトの活用が多い～

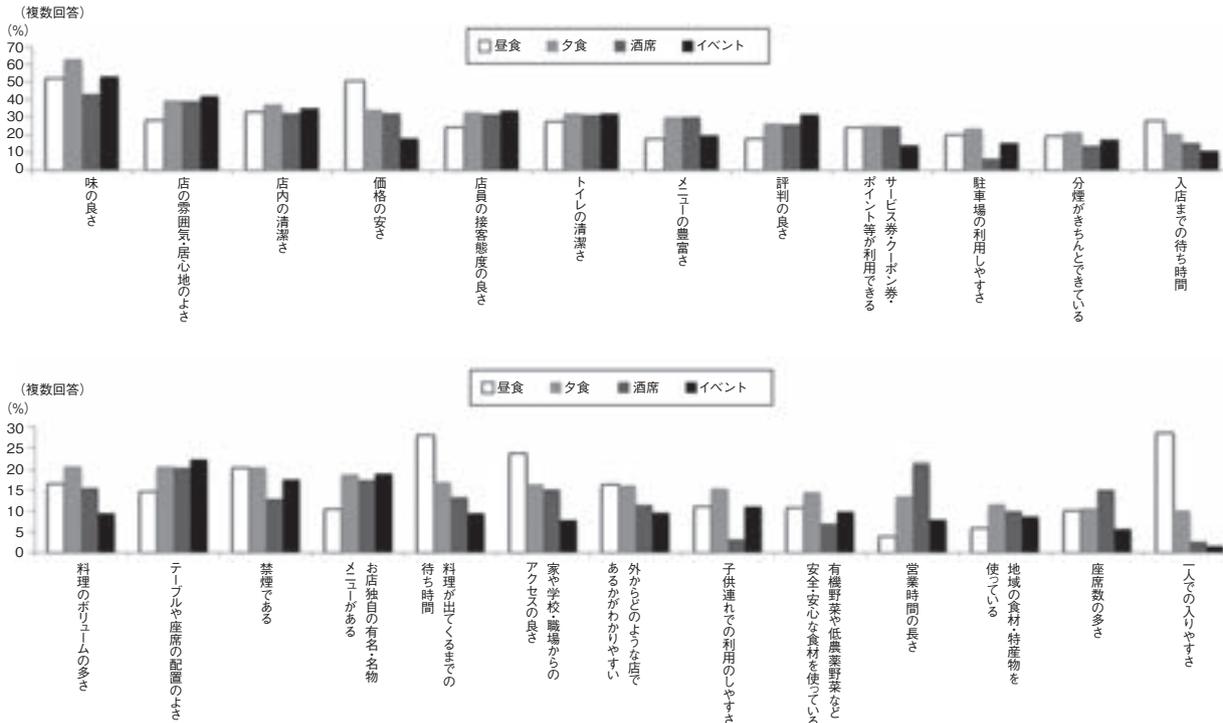
消費者はどのような情報をもとに外出先を選ぶのかについてみると、外出先の情報源は、「よく利用している店の中から選ぶ」が多くなっており、このことから顧客のリピーター化の重要性がうかがえます（図-2）。シーン別にみると、フリーペーパーや飲食店の情報検索サイトは酒席が最も多く、店のホームページ情報はイベント（誕生日、記念日等）で多くなっています。一方、ブログや口コミサイトの情報は10%程度となっています。



よく利用する店舗の選択理由 ～昼食は価格の安さ、一人での入りやすさが多い～

よく利用する店舗を選ぶ理由は、どのシーンでも「味の良さ」が最も多くなっているものの、シーン別で特徴がみられます（図-3）。昼食は、他のシーンと比較して、「価格の安さ」や「一人での入りやすさ」、「入店までの待ち時間」、「料理が出てくるまでの待ち時間」、「アクセスの良さ」が多くなっています。夕食、酒席、イベントでは、おおむね同様の傾向がみられますが、夕食では、「味の良さ」や「料理のボリュームの多さ」が多く、酒席では、「営業時間の長さ」や「座席数の多さ」が多くなっています。

図-3 よく利用する店舗の選択理由

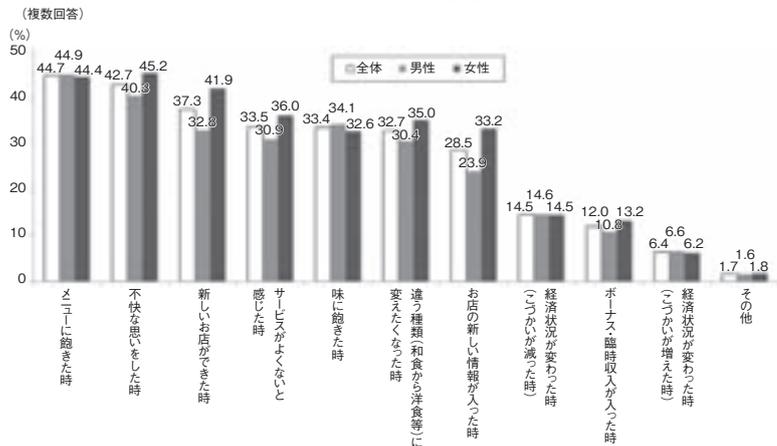


外食先の変更理由 ～メニューに飽きた時、不快な思いをした時が上位を占めている～

外食先の変更理由は、「メニューに飽きた時」が44.7%と最も多く、以下、「不快な思いをした時」42.7%、「新しいお店ができた時」37.3%となっています（図-4）。「メニューに飽きた時」や「味に飽きた時」など料理に関するもの一方、「不快な思いをした時」や「サービスがよくないと感じた時」のようにサービスに関連するものも上位を占めています。

男女別にみると、「メニューに飽きた時」や「味に飽きた時」は男女間にほとんど差がありませんが、「不快な思いをした時」や「サービスがよくないと感じた時」は5ポイント程度、「新しいお店ができた時」や「お店の新しい情報が入った時」は10ポイント程度、女性の方が男性よりも高くなっており、女性の方がサービス面や新しい情報面に敏感であることがわかります。

図-4 外食先の変更理由



高齢者を狙う悪質商法

～貴金属等の買い取り、外国通貨、未公開株・社債～

〈(株)全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 飯田 雅子〉

私たち消費者は、家で台所仕事をしている時に、家族との団欒中に、あるいは勤務先で黙々と仕事をしている時に突然訪問されたり、電話がかかってきたりして業者の販売活動に巻き込まれることが往々にしてあります。そして、その業者の執拗かつ巧妙な話術にのせられ、また職場においては周囲の目を気にするばかりにやむなく契約に至り、トラブルに巻き込まれるケースは枚挙にいとまがありません。

もし仮に、消費者から事前の求めがない限り、消費者に対する訪問、電話、ファックス、電子メールでの飛び込み勧誘を一律に禁止する、このような「飛び込み勧誘（不招請勧誘）禁止」という規制があれば、消費者被害の多くは未然に防げるのではないのでしょうか？

しかし残念ながら一部の金融商品にのみこの規制があるだけです。ですから、私たち消費者は突然の勧誘に対し、いろいろ情報を収集し、毅然として断るなど、自分で自分の身を守らねばなりません。

特に高齢者の消費者被害が多く発生しています。高齢者は「お金」「健康」「孤独」に不安を持っているといわれています。悪質業者は言葉巧みにこれらの不安をあおり、親切にして信用させ、年金や貯蓄などの大切な財産を狙っています。また、自宅にすることが多いため、訪問販売や電話勧誘販売による被害が多いのも特徴です。そこで被害にあわないための未然防止として、高齢者をターゲットとした契約トラブルを紹介します。

【事例1】 貴金属等の訪問買い取り

突然、「震災で貴金属が不足している」、「不要な指輪や和服を高額で買い取る」等と言って

訪問してきた。断ったが、とにかく見せて欲しいと執拗で強引なので、もう使っていないネックレスをみせた。即座に1万円で買い取るというわれ、売ってしまった。あとから、買ったときに比べて価格があまりにも安いと思うようになり、翌日業者に連絡してキャンセルしたいと伝えたが、領収書に「解約不可」と書いてあるし、「既に金属を溶かしてしまった」と断られた。健康保険証のコピーを渡してあり、個人情報が悪用されるのではないかと心配になった。

【アドバイス】

クーリング・オフ制度は訪問販売の場合には適用されますが、貴金属等の買い取りサービスは、消費者が業者に代金を払って商品やサービスの提供を受けるわけではないため、業者が消費者の自宅を訪問して契約してもクーリング・オフはできません。またいったん業者に品物を引き渡すと、解約や返品を申し出ても応じられることはほとんどありません。業者の連絡先さえわからない場合もあります。

トラブルに遭わないためには、不意に業者が訪問してきても、買い取ってもらおうつもりがないのであれば、毅然として断ることが大事です。このような業者は「古物商許可証」または「古物行商従業者証」を携帯する必要があります。仮に契約するのであれば、その前にまず許可証の提示を求めることが大事です。

【事例2】 外国通貨

A社から「イラクの通貨ディナールを持っていないか。当社が30倍で買い取る」と何度も電話があり、後日、B社からイラクの通貨の購入案内パンフレットが届いた。おいしい買い取りの話に信用し、転売すれば儲かると思い、B社

から25,000ディナール紙幣を1口として10口100万円分を購入した。早速A社に買い取って貰おうと連絡を取るが、担当者不在と言われ、そのうち連絡も取れなくなってしまった。

[アドバイス]

昨今急増している悪質商法の手口、いわゆる「劇場型」勧誘です。複数の業者が仲間となってそれぞれの役割を巧妙に演じつつ、消費者を信用させ、業者の言うようにすれば儲かると思いをこませるものです。

スーダンの通貨ポンドについても同様の被害があります。ちなみに、イラクの通貨ディナールあるいはスーダンの通貨ポンドなどは、現在日本の銀行では取り扱っていないため、円に両替することは困難です。また25,000ディナール紙幣1枚を10万円で購入していますが、税関の為替レートを参考にすれば2,000円程度にしかなりません。

[事例3] 未公開株・社債

以前、未公開株を購入したが、その会社は上場もせず、また販売業者とも連絡がとれなくなり、騙されたと思っていたところ、「X社の社債を買えば、過去に購入した未公開株を買い取ってあげる」と電話があった。業者の言葉をうのみにし、社債を購入したものの、買い取りの代金はいっこうに支払われない

[アドバイス]

利殖商法では、前述したような複数の業者が登場して儲け話をもちかける「劇場型」、金融庁などの公的機関を名乗り、関連情報を提供すると信用させる「公的機関装い型」、代わりに購入すれば謝礼金をあげるとする「代理購

入型」、以前の損を取り戻してあげるという「被害回復型」等々の手口で消費者を欺き勧誘してきます。購入した後に騙されたと気づいても、会社がなくなっていたりして、お金を取り戻すことは難しいです。このような悪質な手口で老後の生活資金すべてを失ったという深刻な事例も報告されています。

なによりも突然舞い込む「うまい儲け話には要注意！安易に信じないこと」です。

消費者が求めてもいないのに、生活の場である住居を訪問したり、電話をかけてくる業者。その巧妙かつ執拗な勧誘によって多くの消費者被害が起きています。私たち消費者はそのことを十分認識した上で、行動することが大事です。自分で自分の身を守らねばなりません。勿論、訪問や電話勧誘する業者すべてが悪質商法の業者ではありませんが…。

玄関口に「訪問販売お断り」のステッカーを貼ることも一定の効果はあります。ステッカーを無視するような業者には、毅然として勇気をもって断ることが、自分の身を守ることになります。

また、なにかあったら、すぐ最寄りの消費生活センターやその存在がわからないときは全国共通の消費者ホットライン「0570-064-370」に相談しましょう！

なお、(社)全国消費生活相談員協会では、週末電話相談（年末年始を除く）を以下のように行っています。

東 京	03-3448-1409 (土・日)	10：00～12：00 13：00～16：00
大 阪	06-6203-7650 (日)	同 上
北海道	011-612-7518 (土)	13：00～16：00

いつもかあさん、ときどきライター



引退試合の次男よ

いい汗かいていい

せてしまいました」と鼻息の荒いメールが来たりする。

息子たちからは「絶対に来んといてや！」と拒否されるがお構いなし。ところが、今春、中学生になった娘もバスケット部に入学し、早速、先輩の試合で歓声を上げていたところ、「集中が途切れるから、試合中はやたらと騒がんといてっ」と怒られたそう。もしかして息子たちのチームが勝てないのは、我々の応援でリズムを崩していたせいかな？

次男が保育園のころ、私が「三百六十五歩のマーチ」を口ずさんでいるのを聞いて、こう言ったことがある。「休んだ方がいいんやで、ずつと歩いてたら汗かきもん」。歌詞は「汗かきべそかき歩こうよ…ワンツーワンツー、休まないで歩け」。当時、息子はアトピー性皮膚炎で、汗をかこうものなら、たま

らなくかゆがった。それも一理あると妙に納得し、今も諸々の事に疲れた時には、この言葉を思い出す。アトピーが治っても何事にも汗をかくのが嫌いで、楽な道を探して要領よくやってきた息子が、はじめて自分から汗をかきにいったのがバスケット部の部活だった。汗にまみれてすさまじい臭いを放つ練習着や靴下を別洗いするのもあとわずか。最後の試合で出番があつて汗をかければいなと思いつつ、嫌がられてもやっぱり応援に行こうと思っている。集中を乱さぬよう、少しは遠慮がちな声で…。

(フリーライター)

佐藤カヲル

中3の次男のバスケットボール部の引退試合が近づいた。といっても息子は補欠なので、試合時にご隠居様状態なのだが、このチーム、練習試合も含めて一度も勝つことがない。創部間もないので伝統がない、背の高いスタープレイヤーもいない、勝ちに行く気迫もあまりない。ただし保護者の熱意はどこにも負けない。

当初は上級生の親への義理で、しぶしぶ応援に足を運んでいた我々だが、回を重ねるうちにノリノリに。シュートが決まった時には総立ちで拍手。「そこはドリブル違う、パスや!」「藤原、リバウンド取れ!」と指示も飛ばす。しかもよそ

のお子様を呼び捨て。こちらに不利な判定には「え、今のファウルちゃうん?」とブーイング。顧問の先生からは「審判のなり手がいなくなるので、くれぐれも大声で不満を言わないで下さい」と釘を刺されているのだが…。



もうすぐこのユニフォームともお別れ…

都道府県生活衛生営業指導センター一覧

H23.7.1 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、7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

7月号 平成23年7月発行 通巻398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。

宝くじは、
地方自治体の公共事業等に
幅広く使われています。



宝くじの収益金は、
病院や検診車、図書館や動物園、
災害に強い街づくり、
緑あふれる公園、美術館など、
皆様の暮らしに役立てられています。

財団法人 日本宝くじ協会