『キレイキレイのまち 坂出』第2期協定を締結

ライオン

ライオンは2月14日、香川県坂出市と共同で取り組んでいる社会貢献活動プロジェクト「キレイキレイのまち 坂出」（2014年1月29日～2019年3月31日）の経過報告会と、プロジェクト第2期（2019年4月1日～2023年3月31日）の協定調印式を香川県坂出市役所にて開催した。

ライオンでは、坂出市に同社最大規模のハンドソープ製造工場があることから、同市での活動を実施しており、2014年～2019年の同プロジェクトでは、坂出市とライオン、同社100％子会社のライオンケミカルの3者共同による坂出市民の衛生習慣の浸透・定着に向けた「手洗い」の啓蒙活動を通じて、インフルエンザやノロウイルスの感染予防、学級閉鎖ゼロを目指している。

プロジェクト開始からの5年間で、3605名の園児・小中学生・教職員が手洗い講習に参加し、6136名の市民が手洗いイベントに参加した。

その結果、2018年に坂出市民を対象に行ったアンケート調査（n＝3986）では、同プロジェクトの活動を認知している市民は前年比3・6P増の76％にのぼった。

プロジェクトで推進している手洗いのタイミング別実施率調査（n＝4016）では、「外から帰ったとき」が83・8％、「トイレの後」が96・1％、「食事の前」が80・7％となっており、プロジェクト認知の拡大と、市民の手洗いへの関心の高さが示された。

さらに、同プロジェクト開始後から1人あたりのハンドソープ使用量は拡大しており、ハンドソープを使った手洗い行動が増えたことも伺えた。

2019年4月1日から開始するプロジェクト第2期では、手洗い啓発の継続に加え、口の清潔習慣の向上、浸透に向けたオーラルヘルスケア啓発活動を開始し、第2次坂出市健康増進計画（2015年～2024年）の目標である「健康寿命の延伸」「生活の質の向上」の実現を図る。

大目標として「生涯にわたって自分の歯で食べよう」を掲げ、達成に向けた小目標として「自分の歯や口の中の健康に関心を持つ」「丈夫な歯と歯ぐきを作る」の2つを設定。「1日3回以上の歯みがき率50％」「小学生（4・5年生）のデンタルリンスフロス使用率40％」「デンタルリンス使用率36％」「歯の定期検診受診率55％」「小学生（4・5年生）のむし歯がない者の割合78％」を目指す。

オーラルヘルスケア啓発活動では、健康関連の職員をオーラルヘルスケアリーダーとして養成し、オーラルヘルスケアリーダーを中心にハミガキの仕方などの歯科要素を入れた保健指導を行う。

また、坂出市内にある全ての小学校（11校）が「全国小学生歯みがき大会」に参加することで、歯やハミガキについて学ぶ機会を設ける。幼少期からオーラルヘルスケアを習慣づけてもらうため、保育園や幼稚園、小学校での指導を特に重点的・優先的に実施するという。

手洗いに関しては、公共施設107カ所への薬用泡ハンドソープの設置や、市民イベントでの「手洗いチェック」、園・小学校へ自主的な手洗い活動のためのツール提供などにより、引き続き啓発活動を行っていく。

綾宏市長は、「プロジェクト開始から5年が経ち、次の段階に進むことを嬉しく思う。3者がこれまで以上に連携して、『健幸のまちづくり』を推進していきたい」と語り、ライオンの小笠原俊史CSV推進部長は、「市民の皆さまに手洗い習慣がついてきたことは、小さな一歩であるようで実は大きな一歩。皆さまの『well―being』な生活のためにも、引き続き全力でプロジェクトを進めていく」と述べた。

私のH＆B日記

オーバーツーリズム

東京で暮らしていると、年々日本を訪れる外国人観光客が増加していることを肌で感じる。

都心のドラッグストアやバラエティショップにも外国人観光客が多く訪れ、店頭には、歌舞伎メーク風デザインのフェイスマスクや桜、富士山をモチーフにした商品など、外国人がイメージする日本らしい商品が並べられている。

国内の個人消費が伸び悩む中、インバウンドによる観光消費は、今や日本経済を支える重要な収入源となっている。

しかし、外国人観光客の増加がもたらす影響は、良いことばかりとは限らない。

現在、「オーバーツーリズム」が世界中で問題視される事象となっている。これは、観光客が過剰に訪れることで、地域住民の生活や自然環境等に負の影響を及ぼすことを指す言葉だ。

我々からすれば日常の光景である渋谷駅前のスクランブル交差点も、外国人の観光スポットとなっており、歩行者信号が赤になっているにも関わらず、外国人が交差点の真ん中で写真を撮っている危険な場面を何度も見かけたことがある。

趣のある情景が魅力の京都にも外国人が殺到し、市内を走るバスは地元住民が利用できないほどの混雑になっているという。

日本経済の発展のため、外国人観光客を誘致することは必要だが、ただ増やせばいいというわけではない。交通網の整備や、特定の地域や時期に混雑が集中しないよう、観光客を分散させる策を練ることも重要だ。

たくさんの国の中から、旅行先に日本を選んでくれた外国人達を笑顔で迎えられるよう、「おもてなし」の心を忘れず、2020年に向けてより万全の受け入れ体制を整えることが求められている。

余談になるが、外国人客の増加により、私が毎週のように通っていた寿司屋が、1時間以上待ち時間が発生する大人気店になってしまった。満面の笑みを浮かべる店主を横目に、私は一抹の寂しさを感じている。（渡）

東洋新薬

東京支店を移転

東洋新薬は3月18日、入居ビルの再開発に伴い、東京支店を移転する。

新東京支店／〒102―0083 東京都千代田区麹町1―12―1 住友不動産ふくおか半蔵門ビル5階▽アクセス＝有楽町線麹町駅（徒歩8分）、半蔵門線半蔵門駅（徒歩3分）▽電話＝03―3222―3555（代表）▽FAX＝03―3222―3558（代表）

◆花王、人事異動（3月1日付）

品質保証部門 企画・業務推進グループ部長（品質保証部門 品質保証センター 副センター長）島健治▽品質保証部門 人事・総務グループ部長（品質保証部門 業務推進部長）小林久高▽経営監査室長（会計財務部門 財務部長）桂田和也▽会計財務部門 財務部長 吉岡和幸

◆カネボウ化粧品、人事異動（3月1日付）

国際事業部門／トラベルリテール事業推進グループ部長（トラベルリテール事業推進グループマネジャー）沖本志朗