

CONTENTS

後継者問題

巻頭言 後継者育成と事業の承継について (財)全国生活衛生営業指導センター評議員 弁護士 鈴木 茂生	1
生衛業の後継者問題 - 経営者交代は経営革新の好機 - お店探訪 ● 風雪の興行三代「清水劇場」を訪ねて ● 天然ラドン療養温泉 公衆浴場「鶴乃湯」を訪ねて	2
後継者を育成するドイツ・マイスター制度 (社)全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 岸 葉子	8
時の話題 平成13年秋の勲章受章者紹介	11
受章者に聞く！勲三等瑞宝章受章！ 全国理容生活衛生同業組合連合会 理事長 岩崎 國治	12
センター便り (財)全国生活衛生営業指導センター 柳瀬孝吉前理事長のご功績を偲んで	13
生活関連企業(生衛業)の景気動向等調査概要 - 平成13年度第2・四半期(7～9月期) 国民生活金融公庫 生活衛生企画部 調査課 猪股 研次	14
旅館・ホテルにおける 生きがい活動支援通所事業について 厚生労働省 健康局	17
北から南から 広島県生活衛生営業指導センターを訪ねて	20
生衛ジャーナル読者アンケート	23
編集室だより	24

原稿をお寄せ下さい

- 時の話題
生衛業をめぐり、皆様の身近で起きました「感動した話題」「紹介したい話題」「問題を提起したい話題」「真似をしたい話題」等を纏めて、『時の話題』として、お寄せ下さい。
- 北から南から
各県の生活衛生営業指導センターの、年間を通じての活動計画＝実践事例を『北から南から』欄へお寄せ下さい。
- 自由なご提言
生衛業をめぐるご自分の意見・提言をお寄せ下さい。
- 投稿方法
郵送、FAX どちらでも結構です。お名前(匿名ご希望の方は、その旨を明記して下さい。)連絡先、電話番号を添えて下さい。採用の方には、図書券をお送りします。
- 送付先
〒105-0001
東京都港区虎の門1-25-12
大内ビル2F 株式会社 まほろば
TEL03-3503-7846 FAX03-3503-7847

表紙
「イソギク」

磯菊の名称は、海岸の磯地に生えることに由来。
菊科の多年草。茎の高さは30～40センチ。浜風に抗し、力強く咲く。
花期は10～11月。関東・東海・伊豆諸島に育成。

後継者育成と事業の承継について

(財)全国生活衛生営業指導センター評議員
弁護士

鈴木 茂生



後継者育成や事業承継の問題は、業種を問わずどの企業も抱えている問題です。中小企業の多くにおいては経営者の高齢化が進む中、後継者不在のために事業の存続が困難となり、そのまま廃業に至るケースも少なくなく、また、廃業にまで至らなくとも経営課題として後継者問題を挙げる企業が多いようです。極めて厳しい現在の経済情勢の中で企業が事業を存続し、更に発展していくためにも、後継者への円滑な事業継承が極めて重要な課題としてクローズアップされています。

大阪商工会議所のアンケート調査によると（平成10年3月）、後継者を「決定している」と回答した企業（44.8%）のうち、8割以上が同族から後継者を選んでおり、そのうち経営者の「息子」が後継者であるとの回答は6割を超えています。子が後継者である場合、当然相続や相続税対策が問題となりますので、ケースバイケースではあるものの、経営者は後継者とともに生前からこれらの対策に心がけるのが合理的でしょう。ちなみに必ずしも十分とはいえないものの、事業承継の税負担軽減措置として、平成12年の税制改正においては、相続税延納の場合の利子税負担軽減、取引相場のない株式の評価方法の見直しが行われ、また、平成13年の税制改正においては、事業用及び居住用の特定小規模宅地の特例の拡充、贈与税の基礎控除額の引き上げ（60万円から110万円へ）が行われました。

他方、前掲のアンケート調査において、後継者が「決定していない」と答えた企業は54.7%にのぼって

います。「現社長がまだ若いので考える必要がない」という理由が最も多かったそうですが、事業承継は必ずしも準備万端で迎えられるものではなく、計画的に後継者を育成していなければ、経営者に不慮の事故があったときなどに円滑な事業の承継ができない可能性があります。一定の基準によって後継予定者を定め、日頃からその資質の向上を図るための様々な工夫・配慮をする必要があるでしょうし、そのための民間主催の専門的なセミナーや研修も数多く実施されています。また、経営者としては遅くない然るべき時期に、事業承継についての方向性を明確にし、その方針を従業員等に伝えることも肝要だと思われます。

近時、今までは考えられなかった方法で後継者の選定がなされた例があります。当該経営者は子への事業承継を望んでいたものの、承継意欲ある者が子にも従業員の中にもいなかったため、インターネットによって外部の人材を後継予定者として公募し、幹部のほか取引先金融機関や税理士ら利害関係人も選考に参加して事業承継問題を解決したというケースが報告されています（2001年版中小企業白書179頁）。後継予定者は取締役業務本部長として勤務し、1年以内の承継が予定されているとのことです。実務上の慣行として事業承継のシステムがある程度確立している業種があると聞いていますが、今後は業種を問わず情報ネットワークを利用してこのように幅広く人材を募り、透明な手続によって事業承継をするケースも増加していくのではないかと思います。

後継者・事業承継の問題は、経営者にとって、日頃のさまざまな経営努力と同様、自ら手塩にかけて育て上げてきた事業の維持・再生のために何ができるのか、結局はその意欲に帰着すると思われるます。後継者難に勇気をもって立ち向かい、血縁関係のみにとらわれることなく、従業員・外部の人材の登用、M & Aの活用などの選択肢の中から然るべき選択をし、活気ある企業活動を継続していくことが今まさに求められていると思います。

生衛業の後継者問題

～ 経営者交代は経営革新の好機 ～

国民生活金融公庫総合研究所

主任研究員 竹内 英二

■ 経営者の高齢化は企業の高齢化

バブル崩壊以後、新規産業の創出や雇用の創出を目的として、創業支援が重要な政策課題となっています。たしかに、市場の競争を通じた活発な新旧企業の交代は、経済の活力を高めます。

しかし、経済の大部分はすでに存在する企業が支えています。既存企業が、新規産業や雇用創出の担い手になって不思議ではありませんし、新規開業の少ない地方では、むしろ既存企業の役割こそが重要であるといえます。

そこで、クローズアップされるのが、後継者問題です。現在、中小企業経営者の高齢化が進んでいます。「労働力調査」によれば、自営業主の3割はすでに60歳以上です。もちろん、例外はありますが、経営者の高齢化は、一般に企業の活力、業績を低下させます。

■ 業績の低迷と従業員のマンネリ化

一つには経営者自身の能力が低下するからです。経営環境は、めまぐるしく変わっていきませんが、その変化に一人の経営者が対応し続けることは簡単ではありません。ダイエーの創業者である中内功さんは、企業家として歴史に残る業績を残された方ですが、結局は環境変化に対応できず、社長の座を追われるかたちになってしまいました。

どんなに優秀な経営者でも、程度の差はあれ、環境変化への適応能力は衰えていくものです。好例はパソコンでしょう。パソコン市場は頭打ちといわれますが、中小企業への普及はまだまだです。年配の経営者のなかには、「うちには関係ないよ」とか「どうせわからないから」とか、最初から決めつけている方が少なくありません。現実とはまったくちがうのですが、そのように考えること自体、環境変化への適応力が衰えている証拠です。適応力とは、チャレンジ精神だといってもよいからです。

また、成功を収めた経営者ほど、過去の経験にこだわりの、変化することを厭います。中小企業の場合は、経営者の占めるウェートが大きいわけですから、経営者の能力低下は企業の業績の低下に直結しやす

いのです。

もう一つ、従業員がいる場合には、士気の低下や高齢化が進んでいる可能性があります。このような場合にも、企業の活力は低下します。同じ経営者の下で、20年、30年と同じ仕事を続けていれば、従業員の姿勢がマンネリ化したり、保守的になったりしても不思議ではありません。小さな企業では、配置転換はもとより、昇給・昇進すらままならない場合もあります。これでは、従業員のやる気を維持することは容易ではありません。モラルの低下した従業員は、たとえ経営者が新しいことを試みようとしてもついてきてくれません。じゃまになることすらあります。

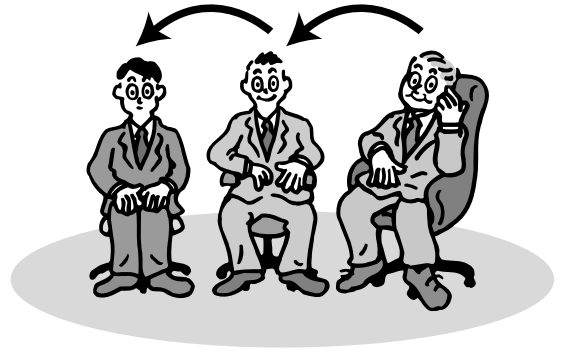
以上のように、経営者が高齢化した企業、あるいは一人の経営者があまりに長く指揮をとり続けた企業は、経済の活力を支える力を失っていきます。これを治療するには、経営者が交代し、若返るほかありません。

■ 後継者がいない企業は選択肢を広げる

とはいえ、経営者を交代しようにも、後継者がいなくて困っている企業もあります。一般に、業績が経営者家族の生活を十分に維持できる場合には、子供が後継者になる確率が高いのですが、業績が悪くなくても子供が後継を拒否する場合があります。子供がいらないという場合もあるでしょう。

そのような場合には、子供以外に選択肢を広げていく必要があります。従業員から選ぶ、外部からスカウトしてくる、企業を売却する(M & A)といった方法があります。本来、後継者は、その能力で決めるべきものであり、血のつながりだけで決めるものではありません。子供というだけで後継者にした結果、だめになった企業は数え切れません。

ただ、中小企業の場合は、経営者の個人資産が経営のなかに組み込まれていますから、現実問題として子供以外には継がせにくいという構造的な問題があります。生衛業の場合は、家族経営の企業が少なくありませんから、どうしても後継者＝子供となりがちです。この点は、法人化して、個人の資産と事



業用資産を明確に分離するなどしない限り、これからも、後継者選択の幅を狭める要因となり続けるでしょう。

■ 後継者の課題は企業の活性化

一般に後継者問題というと、前節で述べたような事業を続けたいのに後継者がいない、もっといえば子供とくに長男が継がないことをいいます。では、後継者が決まれば、それで後継者問題はないのかというと、そんなことはありません。順風満帆の企業を継ぐことができる後継者など、まずいません。前述のとおり、経営者交代の時期を迎えた企業では、企業の活力が低下していること、時代遅れになっている可能性が高いからです。

少し古いデータになりますが、国民生活金融公庫が融資先の製造業と小売業を対象として、平成5年2月に行った調査によると、後継者からみて先代経営者の技術や知識が時代遅れだったという企業は4割ほどを占めます。また、後を継いだときの従業員について、「意欲的だった」とする後継者は2割しかないのに、「マンネリ化していた」「従来のやり方にこだわっていた」と回答した後継者は合わせて6割を超えます。

後継者の仕事は、こうした企業内で起きている活力の低下を防ぎ、企業を再び成長軌道に乗せることです。これは創業よりも難しいといえるでしょう。必ずや社内の抵抗があるからです。

■ 後継者を生かす交代、殺す交代

後継者の仕事をじゃまするのは、必ずしもベテラン従業員であるとは限りません。一番の敵は、先代経営者だったりします。ある企業では、登記上は長男が二代目の代表取締役になったものの、実印と小切手帳は先代夫婦が手離しませんでした。これでは小切手一枚切るのにも、先代の許可を得なければなりません。後継者はお金のかかることは何もできません。従業員にしても、いつまでも引退した先代の顔をうかがうことでしょう。

最も多いパターンは、なかなかバトンを渡さないことだと思います。その結果、20年も30年も後継者

として過ごす場合があります。後を継いだときには50歳を過ぎていたというのでは、後継者に企業の活性化を期待することはできません。

2代目の方に話をうかがうと、後継者という位置にいたときと、実際に社長になってからとでは、ぜんぜんちがうと言います。後ろにもう一人いる立場と、後ろにだれもいない立場のちがいです。後継者である期間があまりに長いと、ナンバー2の座に慣れきってしまい、決断力をはじめ、経営者に必要な能力が育ちません。後継者教育のあり方が問題とされることがありますが、経営者としての能力は経営者にならないかぎり身につかないのです。遅くとも後継者が40代前半であるうちにバトンを渡すべきです。

そして、譲った後は、求められない限り、後継者のやることに口をださないこと。もちろん、あまりにも無謀なことをやろうとしている場合には意見してもかまいません。貴重な経験をたくさんもっているはずですから、それを伝えることも大事です。これは、後継者の恵まれている点です。

■ 経営革新の方法

企業の活力低下は、先代経営者の下で生じたわけですから、後継者が先代と同じことをしていたのでは、企業に活力を取り戻すことはできません。何かしら新しいことをしなければなりません。それは3つの方法に大別できます。

取扱商品やサービスを見直す

飲食店であれば、たとえばメニューを見直すことです。後継者の資質によっては、和食から洋食への転換といった思い切ったものにしてもかまいません。高級イメージで売ってきた温泉旅館が、大衆的な料金で利用できるホテルを併設するといった例もあります。

この方法の狙いは、消費者のニーズをつかみ、売り上げを右肩上がりにつことにあります。伸びない会社に、いい人材は集まりませんし、集まっても育ちません。もちろん、そんなことは当然であり、言われるまでもないことでしょう。同時に、口でい

生衛業の後継者問題

～ 経営者交代は経営革新の好機～

うほど簡単ではないこともわかっていると思います。それでもあえて挙げるのは、後継者だからといって、先代の事業を単純に受け継ぐ必要はないことを強調したいからです。ほかの業界では、代替わりと同時に、異分野に進出したり、事業を転換したりして成功した例が少なくありません。

先代やベテランの従業員からは反対されるかもしれませんが、自分の考えや能力に合わせて、事業内容を構成しなおしたほうが、企業としてはうまくいきます。

販売・仕入れの方法を見直す

いまだと、インターネットの活用が考えられます。実際、中小企業のなかには、インターネットを上手に活用することで、右肩下がりの状況から脱した企業が少なくありません。もちろん、生衛業にも例があります。

姫路市にある精肉店では、精肉販売のほかに、本場ドイツ仕込みのハムやソーセージなども売ってきました。厳選した材料を使い、手間ひまかけて作りますから、価格は大手メーカーと比べて高価になります。そのため、バブル崩壊以後の消費の低迷とともに、ハムやソーセージの売り上げも落ち込みました。それを打開したのが、2代目の社長です。ホームページをつくり、インターネットを使った通販にのりだしたのです。

最初は、なかなか売れませんでした。インターネット利用者が増え、また口コミで評判が広がるにつれ売り上げは徐々に増えていきました。いまでは平均して月に300万円から400万円の売り上げがあります。インターネットによる通販は社長に就任する前から始めたのですが、売れない間も先代はいっさい口を出さなかったそうです。

売り上げが増加しただけではなく、予想外の効果もありました。従来は、ハムやソーセージを小売店に卸していたわけですが、インターネットは直販です。消費者から直接、「おいしかったよ」という電子メールが送られてきます。それを読んだ職人たちの士気が上がらないはずはありません。もちろん、苦

情だってあります。しかし、消費者と直接コミュニケーションがとれるということは、自分たちの仕事の成果を直接確認できるということです。インターネットが社員の活性化に果たした役割は大きなものがあります。

インターネットは、売るだけではありません、食材の仕入れや食器の仕入れ、同業者との情報交換などさまざまなことに使えます。インターネットを中心とするIT（情報技術）の活用は、まさに後継者の課題です。

マネジメントを見直す

取扱商品の見直しや販売方法の見直しを行えば、企業の活力は上昇します。しかし、それだけでは従業員の負担を増すだけということになりかねません。負担の増加に見合う評価をしてあげなければなりません。理美容業などでは、すでに導入されているかもしれませんが、成果主義や能力給の制度を取り入れることも、企業の活性化につながります。

マネジメントの問題は、従業員にとってはやりがいの問題です。やりがいを何に感じるかは人によって異なります。働きに応じた報酬という人もいるでしょうし、裁量の大きさという人もいるでしょう。お客様に喜ばれることだという人もいます。とくに若い世代は、単純に報酬だけを求めません。

ベテラン社員には気配りも必要です。成果主義を導入するにしても、仕事によってはベテランが不利になることがあります。彼らのプライドを損ねないようにしなければなりません。つまり、複数の尺度をもって評価することが必要です。たとえば、ベテランには若手に対する指導力や経験からくるノウハウの蓄積を加味するといったことが大事でしょう。

3つの方法を成し遂げてようやく企業は活力を取り戻すことができます。後継者問題は、実は後継者が決まってからのほうが難問なのです。生衛業の後継者には、その難問を何としても解決し、経営者交代を経営革新につなげていただきたいと思います。

お 店 探 訪

－ こうしてバトンタッチに成功 － 風雪の興行三代 「清水劇場」を訪ねて

広島県広島市南区的場町 2 丁目 1 番15号
清水観光ビル

「清水劇場」は、古くから庶民の娯楽の場として、馴れ親しまれてきた劇場とお聞きしました。

初代の清水達造社長は、広島県竹原市のご出身とか。戦前、呉市にあった常設演芸館（漫才の寄席）の経営を知人から委託されたのを機に、この興行の世界に入り、映画と興行で今日の基礎を築かれたとの事です。

二代目の清水義範社長（72歳）の名刺には、広島県興行生活衛生同業組合理事長・全国興行生活衛生同業組合連合会副会長とあります。

三代目の清水英生社長（50歳）の名刺には、清水興行株式会社・株式会社清水芸能企画とあります。

このお二人から、社業を譲る側、譲られる側の経緯をお聞きしました。

■三代目社長の修業時代＝学生時代

それは、三代目社長の高校卒業の時との事。自分が生まれ育ち、小さい時から馴れ親しんだ映画館・劇場、を継ぐ事に、何らの抵抗もなく、このままこの会社に入れて貰おうと考えていたら、まだ存命の祖父（初代社長）から、「とにかく大学へ行け、もし大学が嫌いならば、自分の丁稚時代の仲間を紹介するからそこで働け」と声が掛かりました。

それは、今振り返って考えると「家を離れて自活しろ、他人の飯を食って来い！」と言うメッセージであったと思います。

そして、進学を選んだのですが、大学を卒業した



時に、家業に就かせてくれるものと思って、入社的事を持ち出すと、再び祖父から、「帰って来るな、東京でよその会社に入って勉強して来い、使われる身を経験して来い」との命令？でした。

ちなみに、初代社長は丁稚がスタートで、大阪井池の室内装飾問屋とか。この頃から、ご自身の体験に基づいた三代目に対する、社長教育・人づかい教育のプログラムが始まっていたのかも知れません。

■興行時代の変化 - バトンタッチのチャンス -

興行の中身は、時代とともに大きくかつ激しく変化して来ています。二代目の言を借りれば、初代は映画と興行で「癒しの場」としての常設映画館・常設劇場の設立によって、果たした役割は非常に大きかったとの事。

しかし、その後のテレビの普及は、急激に映画の求心力を退化させ、二本立て、三本立ての客寄せをしても、採算の難しい時代が到来しました。

そんな中、たまたま東京出張のおりに見た「ボーリング」を、「これからはこの種の興行を主流に」と、この決断を二代目にさせたのがバトンタッチの決め手で、初代の英断、包容力の勝利であったと。

■二代目から三代目に - 引継ぎのタイミング

二代目の私が三代目に引き継いだのは三代目が44歳の時。

引継ぎは、独断と偏見からの判断ですが、自分自身で自分の定年を決めた事は、今考えると正解であったと判断しています。引継ぎはタイミングが肝心で、上手く引き継いでやらないと、引き継いだ人の個性を出すチャンスが巡って来ない。この辺を良く考えて引き継ぐ事が大切だと思います。

三代目は、私から引き継いですぐ、斜陽のボーリング場を再び中型の映画館・劇場に模様替えし、現在頑張っています。

そして、定年後の私は一歩外にいて、時代の要望、好みを先取りできるお客の代弁者でありたいと思っています。

■二代目から三代目に贈る言葉

それは、日銭以外に手を出すな・・・という言葉で

生衛業の後継者問題

～ 経営者交代は経営革新の好機～

あります。「現金商売以外には、絶対手を出すな。手形の商売は間違ってもやるな」との事。

これは、初代から二代目への家訓であった由。四代を継ぐ者へも繋いで行きたいと考えています。

従って、バブルが弾けた時、慌てる事なく事業ができたのは、この初代の教訓が活かしていたと、二代目社長は述懐されました。

映画、劇場の運営はまさに日銭管理であり、客の入り、内容の善し悪しは即、収入に響く。その金銭管理は明朗が大切で、この明朗さが信用・信頼に繋がる事を、企業引継ぎの言葉に加えたいと思います。

お 店 探 訪

－ こうしてパトンタッチに成功 －
**天然ラドン療養温泉
公衆浴場「鶴乃湯」を訪ねて**

広島県呉市阿賀北 8 丁目 3 -17

家業「鶴乃湯」を、長男（28歳・専務）に継がせる平石博氏（52歳・広島県公衆浴場業生活衛生同業組合副理事長）をお訪ねし、後継者問題等についてお聞きしたが、その前に当「鶴乃湯」の概況をご紹介します。

□ お店は

■ お店の立地条件

「鶴乃湯」のある広島県呉市は、人口204千人余高齢人口43千人余、高齢者構成比21.1%（全国市町村要覧〔平成12年版〕＝市町村自治研究会編集）で、高齢化もかなり進んでいる地域であります。往時、人口40万人の軍都であった事を思うと、隔世の感は否めないところであります。

■ 顧客の動態と特徴づくり

入浴客中常連客は、約85%である。呉市の中心か



ら一駅離れたここは、過疎化、高齢化が進んでおりその高齢者への配慮から、店内に「整体」の専門家に開業してもらい、健康管理に役立てて頂いております。

また、イメージアップを狙って、サウナや電気風呂など、新しい設備を取り入れサービス向上に努めてきましたが、たまたま近郊で“温泉発掘成功”の情報に刺激を受け、業務用水の確保もあって「従来の井戸より大きな井戸を」と、平成2年8月に裏庭を掘削調査したところ、次の成分表にある通り、ラドンの含有量が鉱泉基準の3.8倍の源泉の発掘に成功し現在は、療養泉として高く評価されています。

従って、現在は1日の使用量約60トンを全てこの温泉に切り換えたとの事です。（湧出温度＝18.5度）

□ 後継者問題

■ 広島地区の公衆浴場の現状

かつての軍都「呉市」も、過疎化の流れは激しく、日銭を収入の基本とする生衛業にとっては、当然のことながら『顧客の確保が今現在も、これからも第一の課題である』と、力説されました。

しかし、この日銭の確保は、その背景に「利用客へのたゆまぬサービス」、「ゆるぎない信用」、そして「公衆浴場は体と心の癒しの場である」との自信等の裏付けによってもたらされるもので、手抜きは決して許されないし、また、一時凌ぎのサービスは却って客離れを来す原因となり、“やはり地道で陰日向の無い営業姿勢こそが必要である”付け加えられました。

■ 3代を継ぐ - 過去の経緯 -

まず、本人ご自身の家業引継ぎの経緯は、33歳の時、先代（父親＝2代目）が急逝、それを機にこの「鶴乃湯」の当主となったとの事。

当時の周りの環境や時流も、長男が後を継ぐ事への違和感は全くなく、自分としても子供の頃から成り行きとして、ごく自然にこの家業を引き継いだとの事でした。ちなみに、本人はその時まで、自動車のセールスマンで、“風呂屋は親父の仕事”と割り切

温 泉 分 析 書

1. 申請者
住 所 呉市阿賀北8丁目3-17
氏 名 (有) 鶴乃湯 代表取締役 平石孝

2. 源泉名及び湧出地
(有) 鶴乃湯
呉市阿賀北8丁目3-17

3. ゆう出地における調査及び試験成績
イ 調査者 所 属 広島県衛生研究所
氏 名 有地孝一
ロ 試験者 分析機関の名称 広島県衛生研究所
氏 名 有地孝一
ハ 調査年月日 平成 2年 8月 3日
ニ 試験年月日 平成 2年 8月 3日
ホ 泉 温 8.5℃ (調査時における気温 31.6℃)
ヘ ゆう出量 2458ℓ/min (動力汲水)
ト 知覚的試験 無色透明無味無臭
チ pH 値 7.5
リ ラドン(Rn)含有量 82.4×10¹⁶キュリー/kg
(22.7マツヘ単位/kg)

4. 試験室における試験成績
イ 試験者 分析機関の名称 広島県衛生研究所
氏 名 有地孝一
ロ 分析終了年月日 平成 2年 8月 27日
ハ 知覚的試験 無色透明無味無臭
ニ 密 度 1.0001(20℃)
ホ pH 値 7.4
ヘ 蒸発残留物 150mg/kg(110℃)

5. 試料1kg中の成分、分量及び組成
イ. 陽イオン

成 分	mg	mmol	成 分	mg	mmol
ナトリウム (Na ⁺)	1.5	0.04	塩素イオン (Cl ⁻)	13.8	0.44
ナトリウム (Na ⁺)	23.9	0.87	硫酸イオン (HCO ₃ ⁻)	73.2	1.20
カルシウム (Ca ²⁺)	21.0	1.05	硫酸イオン (SO ₄ ²⁻)	12.8	0.27
マグネシウム (Mg ²⁺)	1.2	0.10	フッ素イオン (F ⁻)	3.1	0.16
			硝酸イオン (NO ₃ ⁻)	12.8	0.20
陽イオン計	43.8	2.05	陽イオン計	117.6	2.27

ロ. 遊離成分

非解離成分	mg	mmol
メタケイ酸 (H ₂ SiO ₃)	8.0	0.10
非解離成分計	8.0	0.10
ガス成分	mg	mmol
遊離二酸化炭素 (CO ₂)	8.8	0.20
ガス成分計	8.8	0.20
総計	177.8	8mg

ニ. その他微量成分

総ヒ素	不検出
銅イオン	〃
鉛イオン	〃
総水素	〃

6. 泉質 単純弱放射能冷鉱泉 (温泉質名 放射能泉) 低張性中性冷鉱泉

7. 泉温度、湧出経路
(「温泉分析報告表」中に記載する。)

平成 2年 8月 29日

指定分析機関の名称 広島県衛生研究所
所 在 地 広島市南区宇品南三丁目5番10号
代表者の氏名 所 長 有 地 孝 一



ってはいたが、心の片隅では「俺が継がにやいかんかな」と、おぼろ気に覚悟はしていたと、述懐されました。

■ 息子へのバトンタッチー俺の仕事を継いでくれー

さて、いよいよ自分の番となった訳ですが、自分の引き継いだ当時の時代背景と現代の環境の違いから、息子への「引継ぎの打診」は慎重にならざるを得ませんでした。

結果的に息子は、違った道を目指しており、大学もここからはるか南の鹿児島へと。これで「廃業か！」との諦観もあったが、息子の意思を尊重し、異論は挟まなかった訳であります。

そうは言っても諦め切れず、たまの帰省のうちにそれとなく就職問題を聞き出す等、親子でありながら意思の探り合いめいた会話もしました。そうこうしているうちに、卒業期を迎えましたが、ご承知の昨今の不況下、就職先は見つからず、卒業後半年を経過した頃、思い切って本人の意思を打診しました。

結果、「じゃあ、やってみるか」の意思表示を得たものの、当初はまだ迷っていたようです。

■ 経営の改善 - 定年制の宣言 -

この当惑は、無理からぬ事と考え引継ぎに際して次の経営改善を行いました。

① 定年制の設定

例え家族経営であっても、従業員の定年制度を設

るとともに、取締役の定年を60歳としました。従って経理担当の奥さんの定年も60歳となっております。

② 金銭管理の責任制と明朗会計の徹底

お客を相手とする「銭湯」は、まさに「日銭」管理が基本であり、この日銭管理についても責任と明朗会計を徹底する事としました。

③ 負の要因の言葉の禁止

そして、後継者を交えての会話の中で「儲からない」「上手くない」と言う言葉は、例え事実であっても口にしてはいけないとして、言葉のマイナス要因の排除を図りました。この事は、今でも肝に銘ずべきものとして、経営の座右の銘としています。

引き継ぐ者の脳裏に、これらの言葉をインプットする事は、大きなマイナスです。

■ おわりに

後継者問題で、家ごとそっくり他人に譲る事まで考え、悩んだ末に得た「後継ぎ」。

この後継ぎとの二人三脚を、踏み外す事なく進んで行く所存です。なお、風呂屋の経験は、日々積み重ねる事ができ、一時停滞してもその積み重ねは減少する事はありません。しかし、現代のような激動社会においては、経営のための情報収集は、一時の停滞も許されず、停滞すると置いて行かれてしまう事を痛感するこの頃です。

後継者を育成する ドイツ・マイスター制度

(社)全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員

岸 葉子

□ はじめに

目まぐるしく変化する東京の日常に疲れると、遊学生活を送ったドイツを訪れたくなります。そんなとき、無償に懐かしくなるのが、ドイツの朝食です。

近所のパン屋さんで焼き上がったばかりの小型丸パン（プレートヒェン）。外側はカリッとして、中は柔らかい熱々のパンにナイフを入れ、バターを塗って、濃いコーヒーと一緒にいただきます。日替わりで添えられていたハムとチーズも忘れられない味です。

素朴なのに豊かな時間の流れを求めて、今年の夏もドイツに向かいました。

□ 中世から受け継いだマイスター制度

第2次世界大戦で壊滅的な打撃を受けたにもかかわらず、中世の町並みをそのまま再現した都市ニュルンベルク。町の中心部は城壁で囲まれ、見張り塔の横には、手工業品を売る中世職人広場があります。



マイスターの町 ニュルンベルク

手工業におけるマイスター制度こそ、ドイツを語るのに欠かせない、キーワードです。マイスター（親方）とその弟子たちの様子は、ワーグナー作曲の楽劇「ニュルンベルクのマイスタージnger」にも、いきいきと描かれています。

舞台は16世紀のニュルンベルク。登場人物は靴屋、金細工師、パン屋、毛皮屋、仕立屋などマイスター（親方）たちと職人、徒弟たち。突然現れた身分違いの騎士（貴族階級）がマイスターを志願し、苦労しながら資格を獲得するドタバタコメディです。

現代ドイツでも、手工業の世界では、中世のマイスター制度が受け継がれています。厳しい身分制度の下、親方に弟子入りして、徹底的に技術を学ばせるシステムです。親方にとって、弟子は技術の後継者といえます。この世界で言う「後継者」とは、息子など肉親に限られない広い意味です。もちろん、親方である父親が、息子・娘を後継者と定めることはありますが、マイスター試験を突破できるとは限りません。また、家業を継ぐのを嫌がる若い世代が出るのは、どこの国も同じです。製粉業者の「ミューラー」、仕立屋の「シュナイダー」、商人の「カウフマン」のように、「名字を見れば一族の職業がわかる」と言われた時代（ずっと昔のことです）もあったのですが。ちなみに、自動車レーサーで有名な「シューマッハー」は、靴屋という意味です。

□ 職業教育と密接な学校教育

新技術を使って次々と大量生産・消費を続ける日本とは対照的に、今なお厳しい徒弟制度の下で、こだわりの一品を作り続けるドイツ。この違いの原因は、教育制度にも由来します。ドイツの子どもたちはわずか10歳で、大学進学を前提とする「ギムナジウム」に行くか、手に職を付ける「基幹学校（ハウプトシューレ）」、「実科学校（レアルシューレ）」に行くかの選択を迫られます。まだ10歳なので、両親の希望が強く出る傾向があります。

最終的な大学進学者は約2割です。在学中は現場

での実習に重点が置かれ、大学を修了するということは、すでに専門的職業の遂行能力を身に付けていることを意味します。卒業後、企業に入社してから幅広い職種を経験させようとする日本社会とは、逆の発想です。大学進学者が取得できる職業資格は限られており、専攻した内容がそのまま職業になります。

そこで、日本のように「とりあえず○○学部に入って、ゆっくり考えよう」という余裕はありません。求められるのは、ジェネラリストではなく、即戦力となる専門家なのです。

大学に進学しない大多数は、早い段階から専門的職業訓練を受けながら、分野ごとに細分化された職業学校などに通います。職業教育と学校教育が二元的に結び付いた形態です。中世にみられた親方の家父長的支配は薄れたものの、手工業の世界に残るマイスター制度は、ドイツの職業を語る上で、今なお最大の特徴といえるでしょう。

□ やり直しの道もあり

ドイツ人の朝食に欠かせないパン屋を「開業」するにも、マイスター資格が不可欠です。中卒資格を得てすぐに見習生（徒弟）として親方につき、試験に合格すると専門職人になります。マイスターになるためには、さらに修業年数を重ね、難関な試験に合格しなければなりません。後継者不足になりがちな日本とは対照的に、マイスター教育を通じて、技術が受け継がれる仕組みです。

しかし、わずか10歳で将来を決定させられても、気が変わることはあるでしょう。そこで、手に職を付けるつもりで実科学校に進んだ場合でも、特に成績が良ければ、ギムナジウムに転入することは可能です。逆に、大学を修了したのに、手工業マイスターを目指そうとする人は、ふりだしに戻って、職業教育と弟子入りから始めることになります。最近では、ギムナジウムに進んで、大学入学資格試験（アビトゥア）に合格したのに、まずは職業教育を受け



デパート地下の食料品売場

る人も増えています。もともと、兵役義務などから入学年齢がさまざまで、大学在学期間が長いドイツです。人と違った道をたどっても、さほど抵抗はないようです。

□ 消費者の意識にも日独差が

ドイツでは、手作り・高品質の商品を作ったというマイスターたちの自信から、価格が驚くほど高いことも珍しくありません。消費者側も、「品質がよければ、値段が少々高くてもよい」と考える傾向があります。靴やかばんは、できるだけ高品質のものを選んで、修理しながら何年も使います。価格が高くても、耐用年数が長ければ、結局は節約につながるからです。

しかし、ノートや便せん、トイレットペーパーなどの消耗品には、お金をかけません。一度使って終わりのものなので、「灰色でゴワゴワした再生紙で十分」との判断が働きます。場面によって、品質と価格を秤にかけます。

この損得感情は、包装形態にも表われます。デパートで買い物すると、きれいな包装紙にくるまれ、「手提げ袋に入れましょうか？」と聞かれる日本。

一方、購入した商品を、持参した買い物袋に入れて持ち帰るのが基本のドイツ。日本の過剰包装が生まれたのは、美しい紙で「包む文化」だからこそ。文化に優劣はつけられませんが、節約を美德とするドイツ人は理解に苦しむことでしょう。

□ ドイツ人の環境意識に疑問も

包装文化や廃棄物対策、家電製品などの日独比較

から、日本では「環境意識が高いドイツ」と持ち上げる風潮があります。ある面では当たっているかも知れませんが、疑問も多いものです。例えば、ドイツで「環境配慮型」とうたう家電製品ほど、日本人の目から見て首をかしげざるを得ない商品はありません。

ドイツの台所に、最初からセットされている大型食器洗い機。洗浄の全過程を終えるには数時間かかりますので、エネルギーの浪費は明らかです。本当に環境に配慮するなら、使うべきではないといえますが、生活様式の違いから一概に否定もできません。実際、ドイツの食器は平面的な大皿中心で、機械でも洗やすいといえます。

確かなのは、小型で機能性に優れた日本製と比較すると、ドイツの家電製品は全般的に大型・重厚なことです。まだまだ小型化・省エネ化の余地が大きいと思われます。脱水が不十分だと扉がロックされたままで、開けるのに一苦労というドイツ式洗濯機の仰々しさ。しかも、水道水が硬水だからか、洗濯機は高温対応(木綿は熱湯で)が普通です。「洗濯物を外に干すと美観を損ねる」と考える文化では、太陽光でカラッと自然乾燥させることもなく、乾燥機



路上で見かけた環境配慮型洗濯機の広告

を使うか、洗面所で干してアイロン掛けに精を出すことになります。

さらに、ドイツで電話をかける度に、日本の電話機が使いやすいことを改めて実感するものです。ドイツでプッシュホンが普及するのは、いつのことでしょうか。

□マイスター制度の弱点

ほんの一例でしたが、こんなところに、マイスター制度の弱点が出ているような気がします。厳しい身分制度の下で獲得したマイスター資格。昔ながらの製法を頑固に守り、品質は確かですが、技術革新に対応する融通性には欠けるのかも知れません。

もっと不便なのは、サービス・メンテナンス面です。極度に専門・細分化したドイツの職業体系下では、機動的なサービスに期待してはいけません。

著作権使用料は、新しい音楽の創造と音楽文化の発展を支えています。

未来に響かせます。

JASRAC (社)日本音楽著作権協会 〒151-8540東京都渋谷区上原3-6-12 TEL.03(3481)2121 <http://www.jasrac.or.jp>

平成13年秋の勲章・褒章受章者紹介

＝ おめでとうございます！ ＝

「平成13年秋の叙勲」における勲章・褒章受章者が、11月3日(土)付けをもって発令されましたが、そのうち厚生労働省関係者は450名。
ここに、生活衛生営業関係(環境衛生功労)の各位をご紹介します。
誠におめでとうございます。

□ 勲 章

勲三等瑞宝章 現 全国理容生活衛生同業組合連合会理事長
岩崎 國治 氏 鹿児島県阿久根市大丸町43-2

勲五等双光旭日章 元 全国興行環境衛生同業組合連合会会長
佐々木良一 氏 東京都文京区千駄木3-17-4

勲五等双光旭日章 元 愛媛県生活衛生同業組合連合会会長
宮崎 陽允 氏 愛媛県松山市道後多幸町5-12

勲五等瑞宝章 現 新潟県興行生活衛生同業組合理事長
荒木 春男 氏 新潟県中蒲原郡亀田町西町5-4-43

勲五等瑞宝章 元 滋賀県美容業環境衛生同業組合理事長
川田 尚 氏 滋賀県大津市神領1-2-1

勲五等瑞宝章 現 岡山県美容生活衛生同業組合理事長
眞田 悦子 氏 岡山県浅口郡金光町大字占見新田426-8

勲五等瑞宝章 現 広島県興行生活衛生同業組合理事長
清水 義範 氏 広島県広島市中区江波西1-35-4

勲五等瑞宝章 現 全国旅館生活衛生同業組合理事
杉下 保 氏 東京都世田谷区太子堂5-22-24

勲五等瑞宝章 元 埼玉県クリーニング業環境衛生同業組合
高橋 留吉 氏 埼玉県朝霞市本町1-5-1

勲五等瑞宝章 元 全国飲食業生活衛生同業組合連合会副
鶴巻 謙造 氏 千葉県木更津市中央2-4-3

勲五等瑞宝章 現 兵庫県喫茶飲食生活衛生同業組合理事長
徳土 喜一 氏 兵庫県道徳会副理事長
兵庫県神戸市須磨区車字松ヶ原536-2

勲五等瑞宝章 元 石川県喫茶環境衛生同業組合理事長
徳山 一郎 氏 石川県金沢市有松2-10-29

勲五等瑞宝章章 現 愛知県料理生活衛生同業組合理事長
林 永治郎 氏 愛知県名古屋市中区丸の内2-12-19

勲五等瑞宝章 現 沖縄県クリーニング業生活衛生同業組
美里 義夫 氏 合理事長
沖縄県那覇市松川1-12-11

勲五等瑞宝章 現 宮崎県飲食業生活衛生同業組合理事長
山下 強 氏 宮崎県小林市本町32

勲五等瑞宝章 現 山口県クリーニング業生活衛生同業組
山野 博司 氏 合理事長
山口県下関市彦島追町3-9-41

勲六等単光旭日章 元 香川県理容業環境衛生同業組合副理事長
岡田 伍司 氏 香川県坂出市元町3-4-19

勲六等単光旭日章 元 群馬県麺類環境衛生同業組合理事長
小林 昭一 氏 群馬県伊勢崎市今泉町2-418-13

勲六等単光旭日章 元 北海道館商生活衛生同業組合副理事長
佐々木茂男 氏 北海道函館市美原4-11-3

勲六等単光旭日章 現 京都府飲食業生活衛生同業組合副理事長
本城 種雄 氏 京都府京都市伏見区深草開土町8-1

勲六等単光旭日章 元 大阪府飲食業環境衛生同業組合副理事長
柳本 繁雄 氏 大阪府大阪市西成区太子2-4-10

□ 褒 章

藍綬褒章 現 東京都食肉販売業生活衛生同業組合
磯田 孝義 氏 理事長
東京都板橋区仲宿39-3

藍綬褒章 現 福島県美容業生活衛生同業組合理事長
長田 茂子 氏 福島県白河市字年貢町14

藍綬褒章 現 滋賀県すし商生活衛生同業組合理事長
川西 昇 氏 滋賀県近江八幡市桜宮町218-10

藍綬褒章 現 生活衛生同業組合京都興行協会理事長
三大寺隆繁 氏 京都府京都市左京区下鴨泉川町53

藍綬褒章 現 兵庫県美容業生活衛生同業組合理事長
曾谷 聖則 氏 兵庫県揖保郡太子町福地450-8

藍綬褒章 現 愛媛県中華料理生活衛生同業組合理事長
高野 貴志 氏 愛媛県松山市道後北代9-27

藍綬褒章 元 石川県美容業環境衛生同業組合理事長
守澤 是枝 氏 石川県七尾市和倉町ワ部13

受章者に聞く！ 勲三等瑞宝章受章！



全国理容生活衛生同業組合連合会
理事長 岩崎 國治

■ 受章！それは、郷土の皆さんの後押のお蔭

受章の率直なお気持ちをお聞きすると、

「私如きが、このような栄えある章を戴けるとは、全く思ってもいなかったことで、誠に身に余る光栄と思います。」と、即座にお答えが返ってきました。

そして、笑顔で次のように続けられました。

「私は、非常に運が良いと思います。と、申しますのは、常に周りにおられた良き先輩、良き友人、そして良き知人の皆さんに支えられて今日がある訳で、大変幸運な男だなァと感謝しております。ですから、この方々への感謝が第一と考えております。」

理事長のご出身は、鹿児島県阿久根市とか。遠く故郷を脳裏に浮かべられたのか、目を細められ、

「この幸運は、郷土の皆さんが寄って集って私の意を汲んでいただき、文字通り手となり足となってくのご協力があったからこそ」と、言葉を継がれた。

■ 受章に思う

今回の受章も、当然、多くの方々の後押しがあったことと深謝しておりますが、特筆すべき幸運は、1990年に、我が国に於いて理容の世界大会が開催されると決定したときの事です。

この招致は、前理事長の当初からのご努力によるもので、当然、実行も前理事長と皆が思っていたところ、ご本人は、この決定を機に理事長職を降りられたのです。そして、私が後を継ぐ事になりました。

結果、千葉県幕張での開催が、大成功。この大会は、業界を挙げてのご協力に加え、始終裏方として支援いただいた国、県、地方自治体の皆さん大変なご協力があつた事をはっきりと覚えております。

その他にもう一つ。実は、この大会で日本の理容師さんの技が世界一と認められたことです。

技術の順番を決める審査は、冬季オリンピックのフィギュアスケートの採点と同じ方法との事。世界各国の選ばれた選手は、それぞれにベストを尽くしたのです。この厳しい競争に耐え、日本の理容師さんが実力世界一を勝ち取ったのです。本当に感激した

ことを、昨日のように思い出します。

■ 理容業21世紀ビジョンの提示

21世紀の理容業は、『癒しの場、即ち「ゆとり」「快適さ」「美しさ」「楽しさ」の場を、消費者＝利用者に提供しなければ生き残って行けない』と、常々思っていました。

そこで、平成5年8月5日、全国理容環境衛生同業組合連合会では『理容業21世紀ビジョン』を、同ビジョン作成委員会に諮問いたしました。

結果、3年後の平成8年10月20日、「快適・優美産業をめざして」の副題付でこのビジョンが、理容業の近未来像として答申されました。今は、この受章を機に、この答申に向かって微力を傾注して行きたいと決意を新たにしております。

■ 『私の好きな言葉』

単純ですが、私の好きな言葉に『美、無限、夢、希望、ロマン、和』等であります。

的確かつ正確な継続を求められる日銭管理には、経営の『夢』を、時流、ファッション性の追求に、『美、無限、夢』を、消費者ニーズ、清潔感、癒しの場、店内の雰囲気、に『ロマン、和』を、癒しのムード、心の満足の提供、信頼関係の場には『夢、希望、ロマン』等を感じ、大切にしております。

何れにしろ、超高齢社会に突入した日本丸。業界そのものの、いや、理容店一軒一軒が的確な21世紀型経営を進め、理容業界あげて、仲間同士が手を取り合い、消費者・利用者の求めに対し『満足度100』＝『技術＋癒し』＝『そのお店の的確な利用代金』を確立し、安定した理容業を確立したいと思います。

■ 組織の発展は寄って集って

家も神輿も、寄って集って立ち上げなければ、傾いてしまいます。若者は、勇気と新しい知識を、年輪を経た者は、経験と判断力を出し合い、自分自身の仕事（天職）に誇りを持って、『自由競争』の時代を生き抜いて行きたい。と、結ばれた。



(財)全国生活衛生営業指導センター 故 柳瀬孝吉前理事長のご功績を偲んで

前号(9月号)で既に、お知らせいたしましたが、当全国指導センターの柳瀬孝吉前理事長におかれましては、平成13年9月22日、腎不全のため都内の病院にてご逝去されました。

ご葬儀につきましては、9月27日、28日の両日、都内泉岳寺において「柳瀬家・(財)全国生活衛生営業指導センター合同葬(喪主、妻良子様、葬儀委員長山本昭三全国指導センター副理事長)」をもちまして、しめやかに執り行われました。

故人は、昭和61年、当全国指導センターの理事長に就任され、以来15年の永きにわたりその発展にご尽力を頂きました。

その間、生活衛生営業にとっての大きな時代の変化の中であって、クリーニング師等の資質の向上等を図るための研修・講習事業の実施をはじめ、昨年3月には、全国の生活衛生営業者に対する最新情報の発信機能の拠点として、全国生衛会館の完成にご尽力されました。

また、当全国指導センターにおけるご活躍の他にも、旧厚生省環境衛生局環境衛生課長時代に、旧環境衛生金融公庫の設立を卓越した実行力で主導されましたことや、理容師・美容師の試験事務の民間への委譲に伴う受け皿として、(財)理容師・美容師試験センターの設立を取りまとめ、その初代理事長として、全国統一の年2回の試験制度を定着させたことなど、生活衛生営業の業界において多くの功績を残されました。

ご葬儀には、故人を偲ぶ多くの知人・友人、業界関係者の方々が参列し、その業績を讃えとともに、故人のご冥福を、心からお祈りいたしました。

ここに、全国指導センターとして、通夜、葬儀を通じましての関係各位からのご厚情に対しまして、この場をお借りいたしまして、厚く御礼申し上げますとともに、改めまして、前理事長のご冥福をお祈り申し上げます。

故柳瀬孝吉前理事長の経歴

昭和23年3月～	厚生省入省
昭和46年1月～昭和46年12月	厚生省大臣官房企画室長
昭和46年12月～昭和48年7月	同 大臣官房審議官
昭和48年7月～昭和49年6月	社会保険庁医療保険部長
昭和49年6月～昭和50年7月	環境庁自然保護局長
昭和50年7月～昭和52年8月	同 企画調整局長
昭和52年8月	辞職
昭和52年12月～昭和53年8月	社会保険診療報酬支払基金理事
昭和53年8月～昭和60年12月	社会保険診療報酬支払基金理事長
昭和55年3月～昭和61年6月	(財)全国環境衛生営業指導センター理事
昭和61年6月～現在	(財)全国生活衛生営業指導センター理事長
昭和57年5月～現在	(財)厚生統計協会理事
昭和57年8月～昭和61年6月	(財)国民公園保存協会監事
昭和61年6月～現在	(財)国民公園保存協会理事
昭和60年12月～平成2年11月	(財)健康・体力づくり事業財団理事長
平成2年4月～平成12年6月	(財)理容師・美容師試験研修センター理事長
平成2年5月～現在	(財)長寿社会開発センター理事
平成3年2月～現在	(財)山階鳥類研究所専務理事

生活関連企業(生衛業)の景気動向等調査概要

平成13年度第2・四半期(7～9月期)

猪股 研次 国民生活金融公庫生活衛生企画部・調査課

この調査は、国民生活金融公庫が財団法人全国生活衛生営業指導センターに委託して、生活関連企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13年度第2・四半期(7～9月期)の調査結果の中から一部をご紹介します。

■景気の動向

～厳しさ続く生活関連企業の景況～

(概況)

業況DI、売上DI、採算水準DIをみると、今期は前期に比べていずれも低下し、業況DI、売上DIともに▲50を下回る厳しい状況となっています。

来期は、売上DIはわずかに改善するものの、業況DIはさらに低下する見込みとなっており、生活関連企業の景況は引き続き厳しい状況が続く見通しとなっています。

(1) 業況

平成13年7～9月期の業況DI(前期より「好転」企業割合-「悪化」企業割合)は、▲52.4で前期より11.2ポイント低下しています。

来期は▲54.1で、今期に比べさらに1.7ポイント低下する厳しい見通しとなっています。(図1)

業種別にみると、「映画館」が唯一DIがプラスに転じ、大幅に上昇したほか2業種が上昇しましたが、「クリーニング業」を始め、「食肉・食鳥肉販売業」、「理容業」、「美容業」など6業種で低下しています。

来期は「飲食業」など3業種で上昇する見通しです。一方、牛海綿状脳症(BSE)の影響が懸念される「食肉・食鳥肉販売業」のDIが▲60.7とO157の影響によりDIが▲68.1まで落ち込んだ平成8年7～9月期に次ぐ低水準の見込みとしているほか、各地でスーパー銭湯の進出による影響が見られる「一般公衆浴場業」のDIが▲75.0まで低下する予想となっています。(図2)

図1 業況DIの状況(全業種計、前期比)

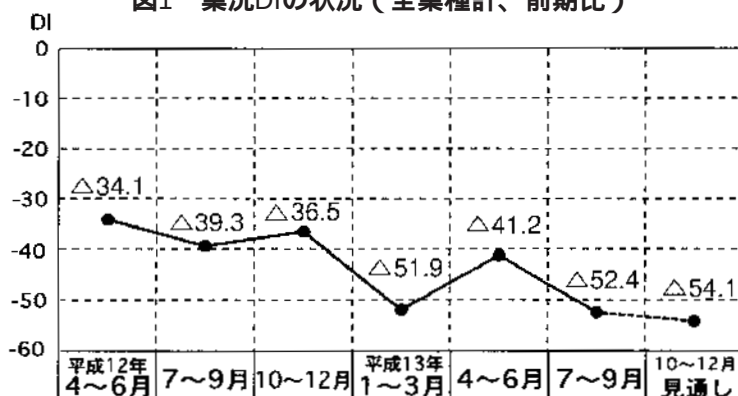
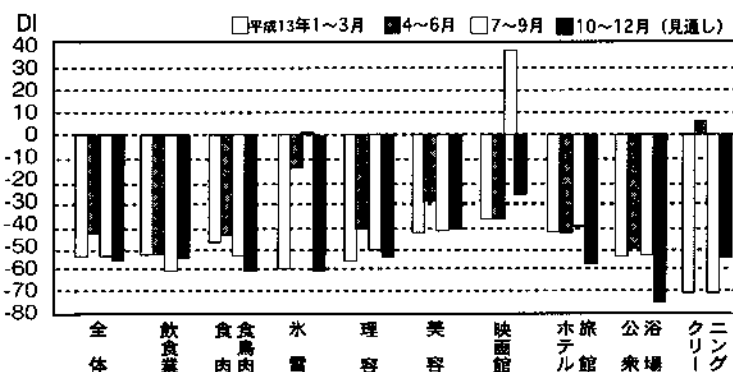


図2 業種別業況DIの推移(前期比)



地域別にみると、前回(4～6月期)は「東海」のみが「きわめて不振」、他の全ての地域が「不振」でしたが、今回(7～9月期)は「北海道・東北」、「中国」が「不振」、その他の7地域が「きわめて不振」となりました。

来期は「北陸」、「九州」で業況が上昇する見込みですが、他の7地域では業況が一層低下する厳しい見通しとなっています。(図3)

	きわめて不振 (DI<▲50)
	不振 (▲50 DI<▲30)
	やや不振 (▲30 DI<▲10)
	まあまあ (▲10 DI<10)
	好調 (10 DI<30)
	特に好調 (30 DI)

図3 地域別景況天気図

地域ごとに業況を天気図で示してみました。

地 域	12年7～9月 (実 績)	10～12月 (実 績)	13年1～3月 (実 績)	4～6月 (実 績)	7～9月 (実 績)	10～12月 (見通し)
全 国	 ▲ 39.3	 ▲ 36.5	 ▲ 51.9	 ▲ 41.2	 ▲ 52.4	 ▲ 54.1
北海道・東北	 ▲ 36.3	 ▲ 45.9	 ▲ 56.1	 ▲ 40.4	 ▲ 44.5	 ▲ 56.1
関 東	 ▲ 38.6	 ▲ 43.5	 ▲ 54.9	 ▲ 49.6	 ▲ 50.8	 ▲ 52.8
甲信越	 ▲ 25.7	 ▲ 24.3	 ▲ 46.7	 ▲ 42.9	 ▲ 60.5	 ▲ 72.4
東 海	 ▲ 53.9	 ▲ 55.4	 ▲ 59.6	 ▲ 59.3	 ▲ 61.1	 ▲ 66.8
北 陸	 ▲ 28.1	 ▲ 31.4	 ▲ 40.0	 ▲ 37.6	 ▲ 54.7	 ▲ 38.1
近 畿	 ▲ 41.7	 ▲ 33.8	 ▲ 56.7	 ▲ 34.2	 ▲ 53.8	 ▲ 56.6
中 国	 ▲ 39.4	 ▲ 38.0	 ▲ 49.0	 ▲ 39.2	 ▲ 46.3	 ▲ 47.1
四 国	 ▲ 46.8	 ▲ 31.4	 ▲ 58.2	 ▲ 34.7	 ▲ 55.0	 ▲ 55.3
九 州	 ▲ 38.6	 ▲ 21.0	 ▲ 42.0	 ▲ 35.1	 ▲ 54.1	 ▲ 47.4

(注) 表中の天気マークは、業況DIを左のように分類したものです。

生活衛生業の皆様へ

お店の繁栄に「生活衛生融資」を……

くわしくは最寄の支店窓口または相談センターでご相談下さい。

相談センター:東京03(3270)4649、名古屋052(211)4649、大阪06(6536)4649

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



- お店の新築
- お店の増改築
- 設備・機械
- お店を賃借する場合の①入居保証金
- 店舗等の買取り
- 土地に要する資金
- 運転資金
- ②敷金・権利金



大きな明日へ いきいき融資

国民生活金融公庫

ホームページアドレス(URL)
<http://www.kokukin.go.jp/>

(2) 売上

7～9月期の売上DI（前年同期より「増加」企業割合 - 「減少」企業割合）は、▲50.8と前期に比べ5.8ポイント低下し、再び▲50を下回る低水準となっています。

来期は、DIが▲45.9と今期に比べ、4.9ポイント上昇する見通しとなっていますが、前期調査での今期見通しも8.0ポイント上昇する見込みが今期調査では低下しており、先行き予断を許さない状況にあります。（図4）

業種別に売上DIをみると、「冰雪販売業」、「映画館」が上昇し、6業種が低下しています。「冰雪販売業」、「映画館」を除く全ての業種でDIが▲40以下という低水準にあり、今夏の興行が超大作、話題作が目白押しで例年にないほど盛況であった「映画館」だけがDI 27.5と好調であるのが大きな特徴です。

来期は「クリーニング業」など4業種が上昇する見通しとなっています。

（図5）

(3) 採算

7～9月期の採算水準DI（当該期「黒字」企業割合 - 「赤字」企業割合）は、▲16.1と前期に比べ6.7ポイント低下し、DIの前年同期比較でも3.5ポイントの低下となり、3期連続で前年同期の水準を下回っています。（図6）

図4 売上DIの状況（全業種計、前年同期比）

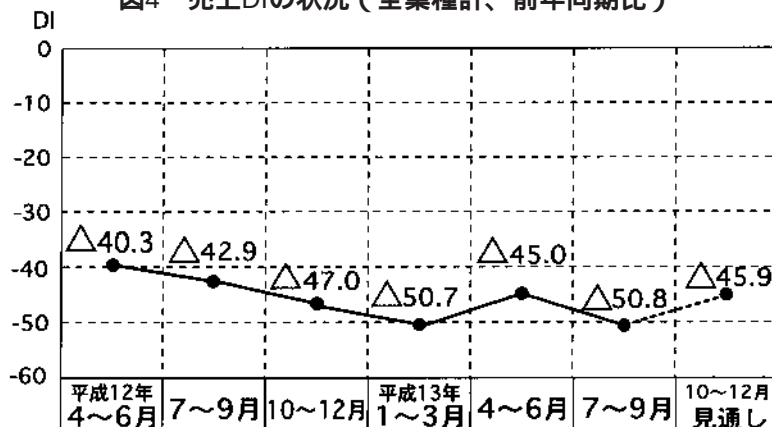


図5 業種別売上DIの状況（前年同期比）

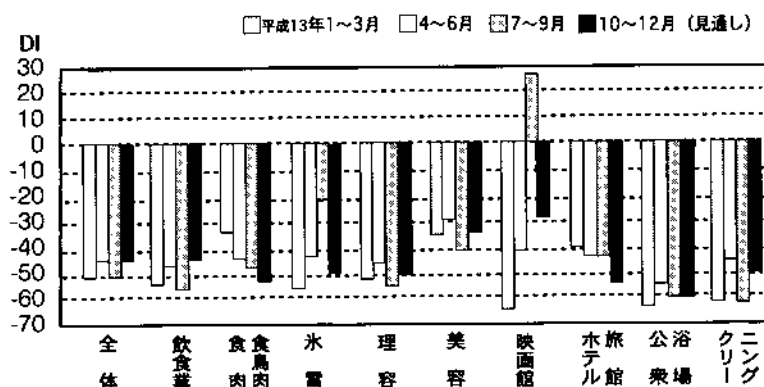
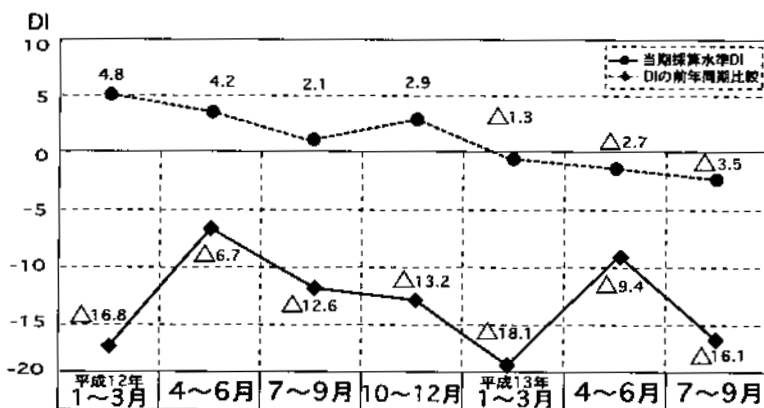


図6 採算の状況（全業種計、採算水準DI及びDIの前年同期比較）



（注）DIの前年同期比較 = 「当該期の採算水準DI」 - 「その前年同期の採算水準DI」

旅館・ホテルにおける 生きがい活動支援通所事業について

厚生労働省・健康局

「高齢化社会」の到来とともに、今まで家の中の問題としてとらえられていた高齢者の問題が地域や社会全体の問題として考えられるようになりました。

それに伴い、様々な高齢者向けサービスが実施されていますが、平成13年9月に「旅館・ホテルにおける生きがい活動支援通所事業の実施について」（健衛発第94号）通知が出されました。

都道府県
政令市
特別区

衛生主管部（局）長 殿

厚生労働省健康局生活衛生課長

旅館・ホテルにおける生きがい活動支援通所事業の実施について

標記については、「介護予防・生活支援事業の実施について」（平成13年5月25日付け老発第213号厚生労働省老健局長通知）により実施されているところですが、近年、各地において、旅館・ホテルを活用した「生きがい活動支援通所事業」への取組が見られることから、これを広く普及し、かつ、その円滑な実施を図るため、今般、別紙のとおり「旅館・ホテルにおける生きがい活動支援通所事業実施要綱」を定めたので、通知します。

ついては、関係行政機関に対し周知を図るとともに、福祉部局とも十分に連携をした上で積極的な支援をお願いします。

この事業は、60歳以上のいわゆる高齢者の方々で一人暮らし等、外に出る機会の少ない方にサービスを活用して楽しんでいただくと共に、旅館・ホテルといった人とのつながりが欠かせない事業に携わる方々に地域社会とのつながりを更にもっていただくという趣旨で行われるものです。

高齢者の現状

平成11年現在で、65歳以上の一人暮らし老人は270.3万人（世帯）、その数は年々増えています。また、年齢階級が上がる程、一人世帯の割合は増えています。（表1、図1）

旅館・ホテルにおける「生きがい活動支援通所事業」の意味

（高齢者にとって）

- 1 大勢の人と接する機会があります。
- 2 旅館・ホテルは自然景勝地にある場合が多く、美しい庭や調度品等目を楽しませ、心を豊かにするものが多くあります。
- 3 旅館・ホテルの従業員は接客のプロですから、気持ちの良いサービスを受けることができます。また、専門知識や経験から高齢者への対応や急患への対応についても安心できます。

（高齢者の家族等にとって）

旅館・ホテルは地域の医療機関や公共団体との連携体制が整っているため、安心してサービスを受けさせることができます。

表1 65歳以上のひとり暮らし老人数、年次別

（単位：千人、％）

年 次	65 歳以上の世帯 人 員 (A)	ひ と り 暮 ら し 老 人 数			ひとり暮らし 老 人 率 B/A × 100
		総 数 (B)	男	女	
昭和 50 年 (1975)	8,812	611	138	473	6.9
60 (1985)	12,111	1,131	218	913	9.3
平成 7 年 (1995)	17,449	2,199	449	1,751	12.6
8 (1996)	18,741	2,360	484	1,876	12.6
9 (1997)	19,587	2,478	556	1,922	12.7
10 (1998)	20,620	2,724	555	2,169	13.2
11 (1999)	20,811	2,703	569	2,134	13.0

資料：統計情報部「平成11年国民生活基礎調査」なお、平成7年調査には兵庫県は含まれていない。

図1 高齢者の所属世帯人員別割合

	1人世帯	2人世帯	3人世帯	4人世帯	5人以上
60～64歳	6.5%	34.5%	22.7%	12.3%	23.9%
65～69歳	6.9%	38.4%	16.6%	7.8%	30.3%
70～74歳	9.2%	33.5%	11.8%	7.1%	38.3%
75歳以上	9.8%	21.9%	14.6%	15.6%	38.0%

資料：国立社会保障・人口問題研究所「第2回全国家庭動向調査」(1998(平成10)年7月調査)

(旅館・ホテルにとって)

- 1 新しい顧客の開拓につながります。高齢者には旅行や外食を楽しむ方が多く、このサービスを機会に旅行等を楽しめる高齢者が増えれば旅館・ホテルにとってもお客様が増えることになります。
- 2 この事業は各公共機関や医療施設など様々な分野の施設との連携が必要になりますから、地域とのつながりが広がります。

3 高齢者等へのサービスについて得た知識や経験が直接、接客サービスに役立ちます。

(地域について)

- 1 この事業によって、少しでも閉じこもる高齢者が減れば、要介護者の減少につながります。
- 2 旅館・ホテルは地域外からの訪問者が多いところですから、福祉サービスが充実している地域であることを知ってもらう良い機会になります。

60歳以上者のレジャー活動状況

過去1年間に1回以上行ったレジャーは(%)			今後行ってみたいレジャーは(順位)		
レジャーの種類	男	女	レジャーの種類	男	女
国内観光旅行	57.2	61.4	海外旅行	1	1
園芸	56.7	57.8	国内観光旅行	2	2
外食	52.2	54.1	プールでの水泳	3	3
ドライブ	38.9	34.7	パソコン	4	4

資料：(財)余暇開発センター「レジャー白書2000」平成12年4月

こうした点から、旅館やホテルが地域の「生きがい活動支援通所事業」に参加することは、事業サービスを受ける側にも提供する側にも利点があります。

寝たきりや孤独な高齢者を一人でも多く減らし、生き生きとした高齢者社会をつくれるように少しでも多くの旅館・ホテルの方々に事業への積極的な参加をお願いいたします。

旅館・ホテルにおける「生きがい活動支援通所事業」実施要綱より

目的

家に閉じこもりがちな高齢者、要介護状態になるおそれのある高齢者等に対し、通所による各種サービスを提供することにより、高齢者の社会的孤立感の解消と自立生活の助長及び要介護状態に

なることの予防を図る。

対象者

おおむね60歳以上の一人暮らしの高齢者等で、家に閉じこもりがちな者

実施主体

市町村・特別区からの委託を受けた旅館・ホテル業者

条件

(人的条件)

事業規模に応じた生きがい活動援助員の配置

介護福祉士
介護・福祉に関し、専門性を有する者
(例) 訪問介護員研修課程2級以上の修了者等

(設備等条件)

駐車場

出入り口の近くに駐車場があること
高齢者がスムーズに昇降できるだけの空間があること

出入口

高齢者の利用に支障がない程度の段差であること

広間

日常動作訓練等を行うに十分な空間があること
通路と広間の段差は高齢者の利用に支障がない程度であること

廊下

事業に利用する範囲(施設内外問わず)の通路等が滑りにくいこと

浴場

- 出入口 高齢者の利用に支障がない程度の段差(簡易スロープ設置等可)
- 脱衣所 安定した姿勢で衣服の着脱ができること(椅子等の設置可)
- 床 転倒防止のための工夫がされていること
- 洗い場 洗う時に安定した姿勢がとれること
- 浴槽 浴槽への出入りや浴槽内の移動が安定した姿勢でできること
浴槽内にも転倒防止の工夫がされていること
- 便所 座便式で高齢者の利用に配慮したつくり
(例) 手すりの設置
非常用ブザーの設置
- その他 手すり等の工夫は専門家の指導を受けけることが望ましい

提供するサービス

(回数)

1回当たり15~20名程(1施設当たり)で週1

回以上(繁忙期を除く)

(種類)

以下1~7の一部又は全部(1,2,3は必須)

- 1 日常動作訓練
- 2 趣味活動
- 3 入浴
- 4 生活相談
- 5 健康チェック
- 6 給食
- 7 その他利用対象者の希望や身体状況に応じたサービス

運営基準

(利用料金)

市区町村・特別区が定めた料金(高齢者が利用しやすい価格を設定)

(従業員)

応急処置や虚弱な高齢者の介助が適切に行えるような従業員研修が望まれる

(衛生管理)

「旅館業における衛生等管理要領」(平成12年12月15日付け生衛発第1811号厚生省生活衛生局長通知)に基づく

(救急医療)

近隣に救急医療を実施できる協力医療機関を確保する等連絡体制の設備が必要

(事故補償)

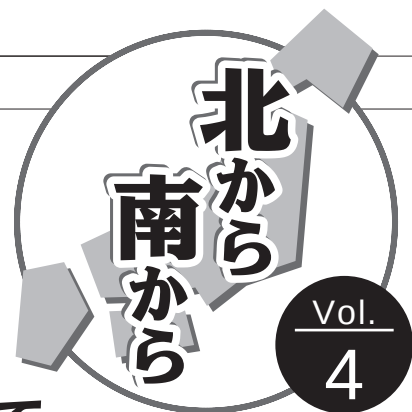
旅館ホテル賠償責任保険に加入しているのが望ましい

(連携体制)

上記医療機関の他、市町村等各地方公共団体、社会福祉協議会、地域の老人クラブ等との連携体制の整備に努めること

(給食サービス)

高齢者に配慮したメニューの提供に努めること



広島県生活衛生営業指導センターを訪ねて

■ はじめに

現在の構造不況に加え、テロだ、牛海綿状脳症だと激動する経済情勢の中、各都道府県センターにおかれましては、その対応に日夜ご腐心の事と推察いたします。

そのような事から、今回は広島県生活衛生営業指導センターの日常の活動状況等を紙上紹介いたします。

■ 広島県生活衛生営業指導センターの概況

1. 住 所 広島市中区河原町 1-26
2. 参加組合員 13業種12,435人
3. 設立年月日 昭和56年 2月 4日(設立許可日)
4. 職 員 数 等 役職員 4人、特別相談員96人



今田輝二専務理事

■ 広島県生活衛生営業指導センターの特徴

広島県の都心にある「広島県環衛ビル」は、広島県生活衛生同業組合連合会の自社ビルとの事。

県内の生衛業13組合はもとより、県の同業組合連合会、県の営業指導センターが入居している。入居団体は、それぞれ若干の使用料を負担しているとの事です。

この同居のメリットは、日常の業務連絡はもとより、業界全体の人的交流、情報交換等に、非常に良

い結果をもたらし、13組合の結束に大いに役立っていると思っております。

なお、その他の特徴としては次のようなものが挙げられます。

1. 連合会と指導センターが同一事務所のメリット。
 - ・ 車の両輪として、生活衛生同業組合、組合員の指導を行っている。
 - ・ 連合会主催の支部協議会(年5回)にも参加し、組合員との交流を図った。
2. 組合活性化について検討し、報告書も作成。
 - ・ 結果を各組合、特相員に還元した。
3. 相談事務の適切な運営。
 - ・ 同一建物のメリットをフルに活用し、各組合ごとの情報の交換など、国民生活金融公庫との連携も密である。
 - ・ 非組合員についても、組合と連携により、加入を勧める。

また、連合会事業の特徴としては、次のようなものが挙げられます。

1. 月1回の13組合事務局長定期会議
 - ・ 同業組合連合会と13組合事務局長が定期的に打合せ会を開催し、連絡調整を行っている。
2. 組合活動助成金
 - ・ 13組合に年間「組合活動助成金」として、65万円(総額845万円)を助成している。
3. 連合会支部協議会
 - ・ 県下各地区に連合会支部協議会を組織し、年1回、行政、国民生活金融公庫、各支部役員で協議会を開催している。
4. シンボルマークの制定

- ・平成12年度に、広島県生活衛生同業組合連合会と名称変更するのを機にシンボルマークを制定した（写真参照）。今後、このマークの下、連合会を中心とした事業展開を図っていききたい。

5. 今後の事業構想

- ・新年「互礼会」（平成12年から開催）の継続
- ・共済事業の継続（連合会が中心に活動）

6. 収益事業の展開

- ・自社ビルにおける定期収入
 - 1階から4階までに貸事務所を設置、広島市内の企業にオフィスとして賃貸
 - 別棟として、立体駐車場を設置
 - 貸し会議場として、8階に会議室、9階に大会議室を設置

■広島県生活衛生営業指導センターの活動状況

1. 融資業務

(1) 融資相談状況（平成12年度の実績）

- ・相談件数＝411件
- ・融資相談額＝166,840万円

(2) 特筆される融資相談

- ・新規開業相談も、積極的に取り組んでいる。
指導実績⇒86件/86,488万円
- ・相談室では、非組合員の相談も多いので、生活衛生融資制度を説明し、組合加入を勧めている。

2. 平成12年度環境衛生営業振興支援事業の概要

① 経営合理化対策事業

- ・廃棄物処理費軽減化対策事業
⇒対象/ホテル旅館組合478件
アンケート回収133件/聴取・現地調査41件

② 消費者サービス・需要開拓促進事業

- ・イベント企画事業（ ）は参加人員
⇒ひろしま喫茶まつり（60,000人）
「クリーニングの日」キャンペーン
「フードフェスタ広島2001」に出店
（200,000人）
「くれ」食の祭典（230,000人）
酒と文化の祭典（16,1300人）
栄養成分表示事業

③ 人材開発・経営能力強化事業



広島県生活衛生同業組合連合会旗

広島県環衛ビル



- ・ 活性化講演会事業
⇒ 4 回実施 / 参加延べ人員 = 412名
- ・ 後継者育成講座事業
⇒ 3 回実施 / 参加延べ人員 = 93名
- ・ パソコン研修事業
⇒ 受講者 = 初級コース (4 回 = 延べ60名)
中級コース (2 回 = 延べ20名)

3. 平成13年度の研修開催及び開催予定状況

- ・ クリーニング業法第 8 条の 2 によるクリーニング師研修
⇒ 開催回数 4 回 (7, 8, 10月及び14年 2 月)
- ・ クリーニング業法第 8 条の 3 によるクリーニング業従事者講習会開催及び開催予定状況
⇒ 開催回数 3 回 (9, 11, 12月)
実施上の問題
- ・ 年々受講者が減少していく中で、受講料収入で経費がまかなえない。
- ・ 組合加入者の受講については、組合の協力もあるが、加入率が伸びない。
- ・ 地理的な事情もあって県内 4 地区で開催しているが、検討せざるを得ない状況にある。

4. 標準営業約款登録事務

- ・ 昨年の状況⇒登録総件数 = 1,544件
(うち再登録 = 1,527件)
- ・ 新規登録⇒理容業 = 13件 / 美容業 = 4 件

5. 融資について

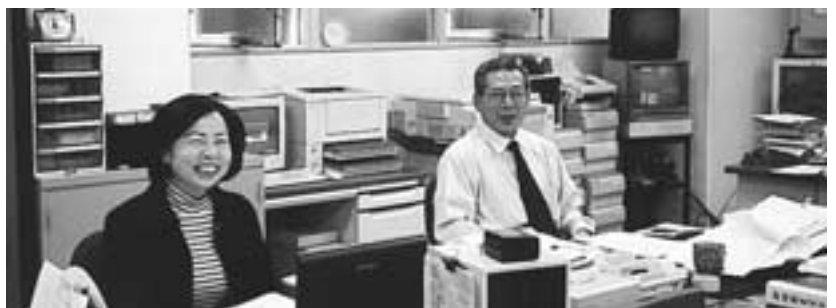
- ・ 中小企業に対する店舗回収資金の融資指導

⇒ 昨年の状況 = 約250件 / 9 億円程度

(参考) 小企業等設備改善貸付 (無担保無保証人貸付) = 76件 / 19,541万円

■ おわりに

生衛業の活性施策について、県営業指導センターはもとより、同業組合連合会、13組合あわせて、利用者 = お客様に評価され、かつ、喜んでもらえる色々な企画を検討中であるが、生衛ジャーナル 9 月号の宮城県営業指導センターの記事に意を強くし、13組合の組合員全員参加の「イベント」を、企画中和の事。県営業指導センターの今田輝二専務の決意をお聞きしました。



生衛ジャーナル読者アンケート

日頃、当生衛ジャーナルをご購読いただき、誠にありがとうございます。

さて、本誌も皆様に、より親しみやすく、読みやすいものとするため、今年度より誌面の構成等を若干変更いたしました。なお、今後もより一層の充実を図り、皆様の経営の指針書とすべく努力いたします所存でございますが、そのために今年度発行の5・7・9・11月号を対象に下記の『読者アンケート』を実施いたしますので、**ハガキにご記入の上、ご投函**下さるようお願いいたします。

(回答欄は全て○印でお願いします)

1. 全体構成について

Q1 今年度より全体構成を下記のように変更しましたが、いかがですか？

【今年度よりの全体構成】

1. 巻頭言
2. 特記事項（毎月テーマを決め、解説と現場の状況を「お店探訪」として掲載）
3. 全国指導センター便り
4. 政策・短信（国民生活金融公庫・厚生労働省・全国消費生活相談員協会からの情報）
5. 北から南から（各都道府県センターの紹介）
6. 時の話題（その時々を収録）

A1 1. 今のままで良い。
2. もう少し専門的なものがほしい。

回 答 欄	1	2	-	-
-------	---	---	---	---

2. 各コーナーについて

(1) 巻頭言について

Q2 巻頭言は、各号のテーマに即した学識経験者の方々に、お願いしておりますが、いかがですか？

A2 1. 今のままで良い。 2. もっと業界の方々にお願いしたい。
3. その他（具体的に）

回 答 欄	1	2	3	-
-------	---	---	---	---

(2) 特集記事について

Q3 特集記事は各号のテーマの解説と、現場のお店の実態紹介となっておりますが、いかがですか？（複数回答可）

A3 1. 分かりやすく良い。
2. テーマをもっと絞り込んだほうが良い。
3. お店の紹介をもっと増やしたほうが良い。
4. その他（具体的に）

回 答 欄	1	2	3	4
-------	---	---	---	---

Q4 今後テーマに取り上げて欲しいものがありましたら、お書き下さい。

A4 ()

(3) 全国センター便りについて

Q5 全国センター便りは、その時々全国センターからのお知らせ等を掲載しておりますが、いかがですか？

A5 1. 今のままで良い。 2. その他（具体的に）

回 答 欄	1	2	-	-
-------	---	---	---	---

(4) 政策・短信について

Q6 政策・短信は国民生活金融公庫・厚生労働省・全国消費生活相談員協会から情報を頂いていますが、いかがですか？

A6 1. 今のままで良い。 2. 分かりやすい。
3. その他（具体的に）

回 答 欄	1	2	3	-
-------	---	---	---	---

Q7 今後、政策・短信で取り上げて欲しいテーマがございましたら、お書き下さい。

A7 ()

(5) 北から南からについて

Q8 北から南からは、各都道府県指導センターを訪問取材をしておりますが、ご意見をお聞かせ下さい。

A8 1. 各都道府県の様子がよく分かり参考になる。
2. 内容に統一性があつた方がよい。

3. 特相員や経営指導員のことも取り上げて欲しい。
4. その他（具体的に）

回 答 欄	1	2	3	4
-------	---	---	---	---

3. その他

Q9 今までの記事で良かったと思うものをお選び下さい。（複数回答可）

A9

1. 巻頭言（全国旅館生活衛生同業組合インターネット委員会委員長・古林 伸美氏）
2. 特集記事（テーマ：生衛業のIT化戦略を見る）
3. センター便り
4. 政策・短信「平成11年度生活衛生関係営業経営実態調査の概要について」
5. 政策・短信「生衛業の景気動向調査概要」
6. 政策・短信「金融商品の選び方」
7. 時の話題「平成13年度春の叙勲者紹介」
8. 北から南から「滋賀県指導センターを訪ねて」
9. 時の話題「ITの波・電子商取引について」

10. 巻頭言（厚生労働省医薬安全局食品保健部監視安全課長・高谷 幸氏）
11. 特集記事（テーマ：飲食業における・危機管理・）
12. センター便り
13. 政策・短信「食中毒の話あれこれ」
14. 政策・短信「平成12年度国民生活金融公庫（生活衛生資金）の貸付実績」
15. 政策・短信「平成12年度生活衛生関係営業経営実態調査の概要について」
16. 北から南から「神奈川県指導センターを訪ねて」
17. 特相員を訪ねて

18. 巻頭言（日本社会事業大学教授・村川 浩一氏）
19. 特集記事（テーマ：高齢社会への対応をめざして・生衛業の明日・）
20. センター便り
21. 政策・短信「生衛業の景気動向調査概要・平成13年度第1・四半期・」
22. 政策・短信「平成14年度生活衛生関係営業予算概算要求等の概要」
23. 政策・短信「高齢者を契約トラブルから守るために」
24. 北から南から「宮城県指導センターを訪ねて」
25. 時の話題「飲食・サービス業界と音楽著作権」
26. 特相員からの便り

27. 巻頭言（弁護士・鈴木 茂生氏）
28. 特集記事（テーマ：生衛業の後継者問題～経営者交代は経営革新の好機～）
29. センター便り
30. 政策・短信「生衛業の景気動向調査概要・平成13年度第2・四半期・」
31. 政策・短信「旅館・ホテルにおける生きがい活動支援通所事業について」
32. 政策・短信「後継者を育成するドイツ・マイスター制度」
33. 北から南から「広島県指導センターを訪ねて」

回 答 欄	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33

設問中の()内の記述につきましては、ハガキにご記入願います。

(財)全国生活衛生営業指導センター賛助会員
(11月25日現在)

AIU保険会社

東京都千代田区丸の内1-8-2 第1鉄鋼ビル2階

株式会社弘環

東京都渋谷区代々木5-55-6 コンフォール参宮橋5階

芝サン陽印刷株式会社

東京都中央区新川1-22-13

タカラベルモント株式会社

大阪市中央区長堀橋筋2-1

第一生命保険相互会社

東京都千代田区有楽町1-13-1

中央法規出版株式会社

東京都渋谷区代々木2-27-4

東京コンピュータサービス株式会社

東京都文京区本郷1-18-6 トーコンビル

社団法人日本サウナ協会

東京都千代田区六番町一・番町一番館ビル二階

日本標識株式会社

東京都太田区大森本町2-4-9

日本ハム株式会社

大阪市中央区南本町4-47

株式会社エレベータシステムズ

東京都豊島区西池袋3-29-9

株式会社サンエイジ

東京都中央区銀座5-9-17 銀座あづまビル5階

株式会社清光社

横浜市中区山下町1 シルクセンター

株式会社ユニバーサルファミリー

東京都中野区本町4-45-9 ユニバーサルビル

アメリカンファミリー生命保険会社

東京都新宿区西新宿2-6-1新宿住友ビル37階



組織の存続並びに発展を考えると、その組織におけるスムーズな世代交代は、組織の健全な発達、行動にとって好ましい

事は、言うまでもない。

本号のテーマ「生衛業の後継者問題」の取材活動中、老経営者から『喧伝』『伝達』の恐ろしさを教えられ、思わず我が身を糺した。

将来、後継者になるであろう「お子たち」の前で、この家の経営者＝父親が、

『俺の仕事は、儲からない。』

『この仕事は、巧いかない。』

などと、毎日何気なく言ったとしよう。

そして、母親が、

『そうだね、お父さんはこんな割に合わない仕事に、どうして一生懸命になるの?』と、相槌を打ったとしよう。

この状況を、時間と言うサイズで見てもよう。

毎日、毎日「ダメダ、ダメダ」を確認し、喧伝、伝達しているに等しい。

そして、我が家を継げば、こうなるぞ。継ぐな！継ぐな！と、時間を掛け教育しているように思えてならない。

「商売」とは、元来、利の薄しいもの。時流に合った地道な努力、工夫を、自分の背中で示すのが、先輩経営者の姿勢であると教えられた。

生衛ジャーナル 11月号 平成13年11月25日発行 通巻330号 定価420円(本体価格400円)

- 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 亀川 潔 編集主幹 今村 寛
〒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
- 制作販売 株式会社 まほろば
〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-25-12 TEL 03(3503)7846 FAX 03(3503)7847