

CONTENTS

生活衛生営業振興推進事業

年頭のご挨拶

(財)全国生活衛生営業指導センター 理事長 山下 真臣

1

生活衛生営業振興推進事業

平成13年度生活衛生営業振興推進事業～中間報告～

お店探訪

●食鳥肉専門店「鳥新」を訪ねて

●中華料理店「SUNFUJI」を訪ねて

2

時の話題

生衛業の確定申告について

税理士 五十井 恵

8

センター便り

(財)全国生活衛生営業指導センター理事長決まる
2月・3月行事予定

10

平成12年度生活衛生貸付大口貸付案件調査の概要

国民生活金融公庫 生活衛生企画部調査課 島 通子

11

急増するインターネットトラブルとその予防策！

(財)全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 大久保 育子

14

建築物における衛生的環境の確保に関する法律
(昭和45年法律第20号)の一部改正について

厚生労働省・健康局

17

北から南から

東京都生活衛生営業指導センターを訪ねて

20

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 「ツバキ」

椿は大変品種が多く、日本産だけで、2000種以上とか。花期は、秋から春までと長い。

路地裏の椿、お屋敷の椿、島の椿、日本のそれぞれの場所で、蕾を、色を、形を楽しませてくれる。

年頭のご挨拶

財団法人 全国生活衛生営業指導センター
理事長 山下 真臣



平成14年の年頭に当たりまして、謹んで新年のご挨拶を申し上げます。

旧年中、皆様方から当センターの諸事業に特段のご高配を賜りましたことに対しまして厚く御礼申し上げます。

生衛業に携わっておられる皆様方には地域社会に密着した営業のなかで、公衆衛生の維持・向上、国民生活の質の向上にご尽力されておられることに対しまして、心から敬意を表する次第であります。

さて、私は昨年暮れに、当センターの理事長に就任いたしました。生衛業者の方々とは、昭和60年4月から平成4年の10月まで環境衛生金融公庫の理事長の時お付き合いさせていただきましたが、その後「環境衛生」が「生活衛生」に用語が改正されるなど大きく様変わりして戸惑いもあります。生衛業の振興及び生活の安定のため努力する決意でございますのでよろしくお願いいたします。

国全体、社会全体が方向性を見失って元気がなくなっていた時に、久しぶりに世情を明るくしたのが、昨年暮れの皇太子殿下と雅子様間に敬宮愛子内親王殿下が誕生したニュースでした。明るい話題とともに年が明け、このままわが国の景気動向も好転してくればよいのですが、長期化した景気の低迷、戦後では初めて遭遇するデフレ現象、空前の失業率の上昇に加え、米国で起きた国際同時テロ事件の影響でますます先行き不透明感を強くして、厳しい状況にあります。また、生衛業にとっては、雇用状況の悪化、消費活動の不振による売上げの減少は大きな痛手で、経営環境は極めて深刻であります。

このような状況の中で、全国生活衛生営業指導センターは、全国の生衛業者の資質の向上を図るための研修や生衛業に関する最新情報の発信をしながら、個々の生衛業者の自主的、主体的努力を経営指導や情報提供の面から積極的に支援し、業界の活性化と発展に繋げる努力を重ねていかなければならないと痛感いたしております。

新時代に即応した生衛業界のさらなる発展のために、生衛業界の目指す方向性、支援体制等の制度化が図られた「生衛振興法」の精神を最大限活かし、また、当センターの機能を十分に発揮しながら一層の努力を重ねる所存でございますので、引き続きご支援ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

おわりに、本年も生衛業者及び関係者の皆様にとりまして、よい年となりますことをお祈りいたしまして年頭のご挨拶とさせていただきます。

生活衛生営業振興推進事業

平成13年度生活衛生営業振興推進事業

～中間報告～

(社)全国生活衛生同業組合中央会

1 生活衛生振興推進事業の概要

「生活衛生振興推進事業」は、平成13年度予算において(社)全国生活衛生同業組合中央会（以下「中央会」という。）に新たに創設された事業で、生活衛生関係営業が新たな時代の社会的要請に応え、活力ある発展、振興を図るため、全国生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）及び生活衛生同業組合（以下「生衛組合」という。）がそれぞれの業種の特性に応じて実施する業界振興事業に対して、中央会が助成支援を行って当該事業を効果的に推進し、もって生衛業の発展と衛生水準の向上及び利用者又は消費者の利益の擁護を図ることを目的とした事業です。

この事業において、中央会が助成の対象とする振興事業は、業界振興の推進に必要と認められるものであって、次のいずれかに該当する事業です。

- (1) サービスの拡大・向上と消費者利益の擁護のための事業
- (2) 地域社会の福祉の増進のための事業
- (3) 雇用の拡充と人材育成のための事業
- (4) 衛生水準の向上・環境保全を図るための事業
- (5) 経営革新・技術開発のための事業

2 平成13年度生活衛生振興推進事業の状況

平成13年度は、実施要領に基づき16連合会、14生衛組合から助成申請がありました。

中央会では、学識経験者5名で構成される審査委員会において事業計画の内容を検討し、16連合会、12生衛組合に対する助成を決定いたしました。(表)

3 申請事業の傾向

まず、事業項目別に見てみると、連合会事業では16連合会の内10連合会が「サービスの拡大・向上と消費者利益の擁護のための事業」に対する取り組みです。これは、連合会は業界全体に対する取り組みであるため、また、サービス産業である

生衛業としては、「消費者＝お客様」に対する取り組みの必要性が高いことが見受けられます。

一方、組合では、12組合のうち5組合が「地域社会の福祉の増進のための事業」に対する取り組みであります。ここでは、現場における「高齢社会」に対する認識の高さ、必要性が高まっていることが見受けられます。

また、事業内容別に見ると「組合員参加型」と「調査・研究型」の大きく2つに分類されます。

「組合員参加型」は、講習会、コンクール、キャンペーン等で、中には消費者も参加するイベント形式のものもあります。「調査・研究型」は連合会事業で多く、システム開発、推進事業等に分類されます。

「独創性」という部分では、全国食鳥肉販売業生衛組合連合会の「食鳥処理の伝統技術の教本作成事業」や、全国社交飲食業生衛組合連合会の「信頼マーク普及・定着推進事業」などがあげられるのではないのでしょうか。また、全国飲食業生衛組合連合会や山形県喫茶生衛組合が、「食品循環資源」に対する事業を実施するなどは、平成13年4月の「食品リサイクル法」制定に伴うもので、時代の要請にあった事業といえるでしょう。

4 最後に

平成13年度事業は現在各連合会、生衛組合において実施中ですが、過日発表されました平成14年度生活衛生関係営業予算案においても引き続き振興事業予算が盛り込まれています。

この振興事業の一番大切なことは、事業を実施することはもちろんではありますが、この事業をきっかけに生衛業者である皆さん一人一人がより一層の自己研鑽をすることにより、さらに業界全体の発展に寄与するのではないのでしょうか。

中央会においても今後とも皆様のこういった活動を支えるべく努力してまいります。

表
連合会

団 体	事業項目	事業名称・概要
理 容	サ ー ビ ス の 拡 大 ・ 向 上	「女性エステシェービング講習会」 若い女性の利用者からの要望が高まっている「エステシェービング技術」の需要に対応できる体制を整えるため、組合員の女性・青年理容師を対象に47都道府県組合において講習会を開催する。
	地 域 社 会 の 福 祉 の 増 進	「全国理容組合衛生遵守強化運動」 理容師法に基づく消毒法の普及徹底を図るため、「衛生消毒自主点検表」及び「全国理容組合衛生遵守運動実施中宣言ポスター」を作成、組合員10万名に配布する。
美 容	サ ー ビ ス の 拡 大 ・ 向 上	「ニューヘアライン開発・普及事業」 多様化する消費者ニーズに対応するため、新しいヘアスタイル(ニューヘアライン)を開発し、基本形及び各バリエーションの写真、作業工程を示した技術解説書を作成し各都道府県組合に配布、組合員への普及を図る。
興 行	サ ー ビ ス の 拡 大 ・ 向 上	「市場調査」 現在の映画離れの原因を、ソフトが悪いのか、料金がいいのか等市場調査を徹底的に行い、その結果を組合を通じて組合員に周知徹底する。
	経 営 革 新 ・ 技 術 開 発	「Eシネマ研究」 興行場の経営革新には絶対必要で、近い将来必ず実用化されるEシネマの知識を組合員に習得してもらうための講演会を開催。その他にプロジェクターの比較実証実験も行う。
ク リ ー ニ ン グ	サ ー ビ ス の 拡 大 ・ 向 上	「事故防止システム作成事業」 繊維製品のトラブル情報を収集解析し、繊維製品自体の欠陥や繊維製品に付けられている表示の誤りなどが原因判断できるものについて、製品を特定しトラブルの発生を情報開示するためのパソコンでの事故防止ネットワークシステムを作成する。
		「P R T R算出システム普及事業」 平成14年度から特定の要件を満たすクリーニング業者は、対象となる化学物質の排出量、移動量をその経路ごとに算出し、以後毎年度届出ることが義務付けられる。そこで(社)化学工学会が作成した算出マニュアルを基にパソコンで数値の入力だけで自動算出できるプログラムを作成し、ホームページにて公開、制度の普及を図る。
		「システム普及事業」 上記システムを多くのクリーニング業者が活用できるよう、講習会を開催する。
浴 場	サ ー ビ ス の 拡 大 ・ 向 上	「パネルディスカッション」 一般利用者である知識人をパネラーとして招き、利用者から見た公衆浴場の問題点や従前から担ってきた施設としての役割を再確認するため、パネルディスカッションを実施する。この模様のビデオ・報告書を作成、組合員に配布する。
旅 館	サ ー ビ ス の 拡 大 ・ 向 上	「旅館生衛組合IT化の推進事業」 全国連合会と各都道府県組合との間にインターネットによるネットワークを形成し、全旅連ホームページ「宿ネット」にリアルタイムで組合員の旅館・ホテルの施設情報を反映させ、従来にない鮮度の高い情報を利用者に提供する。
麵 類	サ ー ビ ス の 拡 大 ・ 向 上	「事故防止講習会」 各都道府県組合において事故防止講習会を実施すると同時に損害賠償制度の普及に務め、消費者利益の擁護を図る。
	経 営 革 新 ・ 技 術 開 発	「パネルディスカッション」 全国7ブロックの内3ブロックで開催するブロック会議において全連主催のパネルディスカッションを開催する。テーマについては、各地域性を考慮したテーマを設定、事業改善に関する意見交換を行う。

生活衛生営業振興推進事業

氷 雪	サ ー ビ ス の 拡 大 ・ 向 上	「ホームページ開設事業」 全国氷雪連合会のホームページを開設し、広く一般消費者に対して氷雪販売業に関する情報を提供するとともに、情報の収集も行い業界の振興を図る。
		「消費者向けパンフレット作成事業」 純氷の質的優位性を一般消費者に理解してもらうよう科学的な根拠を基にしたパンフレット、ビデオを作成し、各都道府県組合及び組合員に配布する。
		「氷彫刻展」 14年3月に京都で開催される世界司厨士連盟世界大会において一般消費者に純氷を使った芸術性と商品価値を理解してもらうよう、氷彫刻展を開催する。
食 肉	衛 生 水 準 ・ 環 境 保 全 の 向 上	「食中毒防止キャンペーン」 組合員である全国食肉販売店に「食中毒防止キャンペーン」のポスターを店頭掲示し、消費者には衛生的な調理・保管方法などの主旨を刷り込んだチラシを作成し、買い物と一緒に配布しPRする。
飲 食	衛 生 水 準 ・ 環 境 保 全 の 向 上	「地域社会食資源循環システム調査事業」 13年4月の食品リサイクル法施行に伴い、各都道府県組合を通じ食品廃棄物処理の実態及びリサイクルの現況等を踏まえた組合員の意識調査を実施する。また、先進モデル事業（地域）の調査を行い、食品リサイクル関連マニュアルを作成し、各組合員に配布する。
す し	衛 生 水 準 ・ 環 境 保 全 の 向 上	「衛生水準向上事業」 「衛生テキスト」「衛生ポスター」を作成し、各都道府県組合を通じて配布し、テキストを基に衛生講習会を開催し、衛生知識の習得を図る。
	経 営 革 新 ・ 技 術 開 発	「新すし技術・商品開発事業」 各県で新作を一点持参し、紹介、討議をし、外部審査委員を招き作品の批評を行うことにより、「売れるすし」、「消費者ニーズに合うすし」を開発する。
		「経営革新向上研究会事業」 各都道府県組合理事長、全すし連役員、各種委員会委員長を対象に、すし和食店経営研究会会長渡辺英幸先生を招き講演会を開催し、新たな時代に対応すべく「経営革新」をテーマにパネルディスカッションを行う。
食 鳥 肉	雇 用 の 拡 充 ・ 人 材 育 成	「食鳥処理の伝統技術の教本作成」 食鳥処理の技術習得は、歴代親から子へ、子より孫へと引き継がれることが多く、全国的に統一された食鳥処理の技術教本は無かったため、伝統的技術の教本を作成する。
喫 茶	地 域 社 会 の 福 祉 の 増 進	「サービス介護士養成研修会」 高齢者や障害者が来店した際、サービスを提供するときのような接し方、どのような不便さがあるのかを学ぶため、「サービス介護士」の講習会を開催する。また、組合員全店に店頭ステッカーを配布し、経営者の福祉に対する意識改革を促す。
中 華	経 営 革 新 ・ 技 術 開 発	「料理講習会事業」 全国を3つのブロックに分け、各地域の特産物を生かしたメニューやアイデアに富んだメニューを専門講師を招き実演指導を交え、講演会を実施する。
社 交	サ ー ビ ス の 拡 大 ・ 向 上	「料金を明示した信頼マークの普及・定着事業」 消費者が安心して利用できるよう、料金表示・明朗会計の店作りを目指している印とした「料金を明示した信頼マーク」を普及し、定着させる。
料 理	サ ー ビ ス の 拡 大 ・ 向 上	「全国料理店情報ネットワーク事業」 これまで一部の階層のみ限られていた料亭・料理店の情報を広く一般消費者に伝えるため、全料連のホームページを立ち上げ、情報発信とともに組合員の情報収集にも活用し、業界の振興を図る。

生衛組合

団 体	事業項目	事業名称・概要
理 容 (三重)	地 域 社 会 の 福 祉 の 増 進	「介護講習・訪問理容広報事業」 訪問理容を実施するに当たり利用者が安心して利用できるよう、高齢者等に対する適切な接遇の知識を得るための講習会を開催し、訪問理容サービス実施告知用のチラシ及び店頭掲示用プレートを作成し、組合員に配布する。
美 容 (高知)	地 域 社 会 の 福 祉 の 増 進	「介護技術講習会」 居宅にて、高齢者及び重度身体障害者に美容術を提供できる心理面と技術を習得する講習会を実施する。
興 行 (北海道)	雇 用 の 拡 充 ・ 人 材 育 成	「女性従業員講習会」 サービス業としての接客サービスについて、消費者ニーズに対応するための「挨拶・電話の受け答え」等、礼儀作法について女性従業員を対象とした講習会を開催する。
クリーニング (東京)	地 域 社 会 の 福 祉 の 増 進	「クリーニングサービスの実態調査」 高齢者及び介護対象家庭に対するクリーニングサービスの実態、東京都を主とした地域行政における介護保険対象外の福祉助成の実態について調査し、報告書を作成し組合員に配布する。
旅 館 (香川)	地 域 社 会 の 福 祉 の 増 進	「自立支援型通所介護実地研修」 介護認定において自立と認定された高齢者等を対象に、日常動作訓練、健康づくり及び温泉入浴や仲間との交流等を行うデイサービス事業（自立支援型通所介護事業）の実地研修を含む研修会を開催する。
食 肉 (宮城)	サ ー ビ ス の 拡 大 ・ 向 上	「消費者向け食肉知識普及及び肉料理講習会」 食肉の正しい知識を盛り込んだポスターパンフレットを作成し、食肉の普及と消費増進のため、消費者を対象とした食肉料理講習会を開催する。
	地 域 社 会 の 福 祉 の 増 進	「福祉に対する取り組みのための懇談会」 食肉販売業における「福祉に対する事業」の指針と方向性を明確にし、今後の事業推進をより効果的なものとするため、消費者、行政関係者及び学識者等、業界以外の方々を含め懇談会を開催する。
	雇 用 の 拡 充 ・ 人 材 育 成	「後継経営者技術研修交流会」 若年の後継経営者を中心に食肉処理技術の研修会を開催し、後継経営者の意識高揚を図るため、交流会を開催する。
飲 食 (和歌山)	経 営 革 新 ・ 技 術 開 発	「郷土食豊かな食材を使った新メニューの開発」 地域ごとの特産物を使った新メニューを開発し、駅ビル等で展示会を開催し、一般消費者に試供しアンケートを実施、アンケート結果を踏まえた報告書を作成し、組合員に配布する。
食鳥肉 (岡山)	サ ー ビ ス の 拡 大 ・ 向 上	「こっこちゃんフェア」 県内産鶏肉イベント「こっこちゃんフェア」を開催し、広報活動、試食会、アンケート調査等を実施し、一般消費者に対し鶏肉に対する意識の高揚を図る。
喫 茶 (山形)	衛 生 水 準 ・ 環 境 保 全 の 向 上	「食品循環資源の再生利用の促進事業」 食品循環資源の再生利用等を促進するため、学識者を招聘し、分別方法の検討、組合員による徹底した分別収集、分別したゴミを堆肥化施設を利用して堆肥化する事業を実施する。
中 華 (東京)	経 営 革 新 ・ 技 術 開 発	「調理技術コンクール」 各ブロックの代表が都立産業センター台東館で開催される「近代化展」会場内において独自の作品を展示し、審査員及び一般消費者の審査により優秀作品を表彰する。
社 交 (宮崎)	サ ー ビ ス の 拡 大 ・ 向 上	「ガイド宮崎社交飲食ウォーク」 アジアナ航空定期便就航に伴い外国からの観光客が増加しているが、外国人向けの社交飲食業の案内標識が全く整備されていないため、案内板、看板を設置し、宮崎社交飲食ガイドマップを作成し、観光客が安心して楽しめる店選びができる情報を提供する。
料 理 (岡山)	サ ー ビ ス の 拡 大 ・ 向 上	「顧客関係向上管理システムの導入事業」 今まで「感じ」で行っていた顧客管理をデジタルデータ化することにより、経営指標を明確にし、消費者のニーズにあった経営ができるよう、顧客管理システムを導入する。

お 店 探 訪

●食鳥肉専門店

「鳥新」を訪ねて

東京都板橋区仲宿39-3

■ はじめに

地下鉄都営三田線の板橋区役所駅から徒歩2分強。食鳥肉専門店「鳥新」を訪ねる。

この「鳥新」は、創業明治28年の老舗。社長の磯田孝義氏は、東京都食鳥肉販売業生活衛生同業組合の現理事長でもある。そこで公の立場、企業人としての立場の両面から、斯業の振興推進の方策についてお話を伺います。

■ お客様に喜ばれる付加価値

最大時、約800あった組合員数が、現在360と激減しております。この要因を分析しての販売策の樹立に腐心しているのが現状であります。

スーパー、量販店、デパート地下の食品売り場等々の強力な競争相手に対抗して、食鳥肉販売の専門店として、収客能力を高めることこそ、必須と考えております。このような意味合いからも、今こそ、組合員が一丸となって、お客様に喜ばれる付加価値を付けなければならないと痛感しております。

■ 「食鳥処理の伝統技術の教本」の作成

お客様に喜ばれる付加価値の向上に繋がると考えられるものに、全国生活衛生同業組合中央会からの助成金を活用しての「食鳥処理の伝統技術の教本」の作成があります。

この教本は、全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会が中心になり、斯業に伝承されてきた食鳥肉解体の伝統的技術を集大成するもので、現場の座右書として、また、体面販売に際しての商品陳列の手引書としても活用できるものと確信しております。

新鮮な鳥肉の迅速な提供を生産者、加工者、販売者の三者が一体となって作成し、教本として、完成させることは大変意義のあることであり、鳥肉の一番美味しい時期、鮮度の見方、盛りつけ、調理方法などの収録により、専門的助言の収録が特徴といえ

ると思います。



磯田社長

■ 食鳥肉専門店「鳥新」の振興策

ここからは、食鳥肉専門店としての振興策について触れることにします。一般的にみて、ブロイラー＝鶏＝食鳥という風潮もあって、食鳥肉という語から鴨、雉、鶉などが、食鳥から忘れられたきらいもありますが、当店では、鴨肉をフランスから輸入するなどして、お客様のニーズに対応しております。

結果として、当店の振興策に繋がったと思いますが、業際の情報に売上拡大のヒントが隠されておりました。具体的展開では、フランス料理には、フランスのワインが付きものという視点が、販路の拡大に結びつきました。

■ 振興の基本は健全経営

経営の基本は、健全経営でなければ、いざという時に動きがとれません。具体的には、仮に100の力があつたとしたら、その全部を金銭運用、社力運用に使うことなく、80%を上限としておらなければ小回りができません。

■ 終わりに

鳥新は、量の一流よりも質の一流を目指すとする磯田孝義社長に感銘を覚えると同時に、商機への的確な対応、同業、業際の皆さんへの信頼・協力、加えてお客様一人ひとりへの心配りが、一貫している経営姿勢に「鳥新さん」の未来が膨らんで見えた。

●中華料理店

「SANFUJI」を訪ねて

立川市幸町2-3-5

■ はじめに

企業の活性化は、従業員の活性化であり、引いては、売上拡大に通じる。しかし、一人良がり、お店良がりであってはならない。「お客様」を中心に置いた発想でなければと考える。

この視点を基本として、東京都郊外の立川市で評判の高い中華料理店「SANFUJI」を訪問し、「お店の振興策」を探ってみることとした。

■ 料理コンテストへ参加

料理コンテスト参加への第一歩は、先ず、食べていただく「お客様」の層の確認であります。そして、この「お客様」の立場に立って「料理そのものの構想」を決めなければなりません。

この構想を発展させ、コンテストへ参加する具体的な「料理そのものの計画」が決まってきます。

参加するからには、「お客様」の期待に添えるものを目指します。結果として、食品・食材知識の向上、業際にある洋酒・日本酒・中国酒の中華料理への係わり等を基礎的知識をよりの確に把握することができます。

料理コンテストは、日本経済新聞社主催と東京都中華料理業生活衛生同業組合主催のものと二回ほどありますが、当店では、双方のコンテストに毎年参加しております。

そして、「料理そのものの構想・料理そのものの計画」を決める場合、テーマの決定は、全員参加・全員責任意識のルールを適用しております。

■ 全員参加・全員責任意識のルール

お食事の提供は、食事そのもののプラス心の癒しの場の提供であります。そこで、毎日の「お食事メニュー」作成に当たっては、調理長もウエイトレスもお客様の視点に立てば、同じお店の人であり、食事を提供してくれるスタッフの一人であります。この認識の中からメニューの中身について、「料理一品一品の特徴」について意思の統一を図りました。

この「お食事メニュー」作成のミーティングの中から調理現場の意識改革、食材知識の向上、意思の統一、業務分担の確認と責任の範囲を仲間同志で知



小山店長

ることができ、決められたことを、寄ってたかって守り、実践する場ができました。

■ 全員参加のご褒美

この全員参加・全員ミーティングの中から、思わぬプラスがありました。それは、昨年のことですが、お店を改築した際、一人の中国人が求職に訪れ、雇用を懇請されました。聞けば、一橋大学の2回生とか、大分困っておる様子を学業証明を求めたところ、この証明を持って夫人、お子達を伴って再訪され、結果、誠意を認め、洗い場担当として採用した。

全員ミーティングの際、この彼から「SANFUJI」と名入れをした食前酒を造りませんか、と提案がありました。この時点では、老酒は、6種仕入れ、当店のブランドは、確立していませんでしたので、話を進め、ご出身の立場で、この6種を試飲してもらおうこととしました。

そして、無銘ではあるが、一流商社輸入品と比肩できる逸品を見いだすことができました。

今日、紹興酒「SANFUJI」と名入れして、評判、売上とも当店に貢献しており、「情けは人のためならず」とこの語を噛みしめております。

■ 店長・調理長の心意気

お客様に喜ばれる「店」を目指すためには、当然、料理の「技」「術」の研鑽にたゆまぬ努力を続けなければなりません。

お客様の立場に立っての全員ミーティングの中から誰からも喜ばれる新しい献立を創造し、地域に認められる「お店」にしたいとする小山利二店長、須崎智彦調理長の熱意に共感を覚えました。



須崎料理長

時の話題

生衛業の確定申告について

税理士
五十井 恵

新年明けましておめでとうございます。

この時期になりますと、確定申告で頭を悩まして
いる個人事業者の方が多くいることと思います。

また、景気が低迷している現在、収入が思うよう
に伸びず困っている個人事業者が多くいらっしゃる
ことと思われます。このような状況の中、個人の生
活防衛のために支出を抑えることは当然のことであ
り、節税も重要な問題です。

ここでは、個人事業者の所得税確定申告の基礎知
識を再認識し、上手に節税することを目標に話を進
めて行きたいと思います。

個人事業者の確定申告のしくみ

確定申告書の提出までの流れは、以下の通りです。

- 1 帳簿や領収書等の整理
- 2 収入金額の計算
- 3 必要経費の計算
- 4 各種所得控除の計算
- 5 税額・納税額の計算
- 6 確定申告書の提出

個人事業者の所得税額の計算方法

- 1 総収入金額－必要経費＝所得金額
↓
- 2 所得金額－各種所得控除＝課税所得金額
↓
- 3 課税所得金額×所得税率＝所得税額
↓
- 4 所得税額－各種税額控除＝申告納税額

確定申告と節税のポイント

節税といえば、なにか特別な方法があると思われ
がちですが、そのような方法はほとんどありません。
ただ、税法には多くの控除等の特例が設けてあり、
これらを十分に活用することにより、最大限の節税
が可能となるのです。

ここでは、確定申告の各流れにおける節税のポイ

ントを中心に解説していききたいと思います。

1 青色申告制度の活用

青色申告制度とは、一定の帳簿を備え付け、自主
的に正しい申告をしようとする人については、所得
の計算等について有利な取扱いが受けられることに
なります。主な特典は次の通りです。

- ① 青色専従者給与
- ② 青色申告特別控除（55万円・45万円・10万
円）
- ③ 現金主義
- ④ 引当金・特別償却
- ⑤ 純損失の繰越控除

一定の帳簿ということ、日々の記帳が重要とな
ります。一年に一度だけでは、せっかく思いついた
節税方法も役に立たない場合もあります。確実に記
帳することにより、過去との比較も可能になり、そ
のにより、現在の状況をより正確に把握すること
ができ、事業の発展へとつながります。

また、きちんとした帳簿書類が整っていないため
に、推定により課税されてしまったケースもありま
すので、青色申告は事業を行う上で、必ず選択する
必要があると言えるでしょう。

2 収入金額

生衛業については、現金売上が多くなりますので、
期末における売掛金の計上に注意を払う必要があり
ます。

また、前述した青色申告者で、かつ小規模事業者
である場合には、実際に入金した金額だけを、その
年の収入金額とする、いわゆる現金主義によって計
算することができます。

3 必要経費

売上原価については、仕入率は同業種と比べて不
自然な点はないか、棚卸資産の評価方法は適正であ
るかに注意を払う必要があります。

経費等については、店舗併用住宅の住宅部分に係
る費用、私的な飲食代やゴルフのプレー代、事業主
や専従者だけの福利厚生費といった家事関連費用の
区別に重点をおく必要があります。

4 各種所得控除

所得控除には、配偶者控除や扶養控除などの人的控除と、社会保険料控除や生命保険料控除などの物的控除に分かれます。

ここでは、あまり活用されていない、小規模企業共済等掛金控除について、話しを進めて行きたいと思います。

小規模企業共済制度は、あまり知られていない制度ですが、確定申告が必要な個人事業主の方は加入されると有利な制度です。言ってみれば個人事業主の「退職金制度」とも言えるものです。個人事業主ならば誰でも加入できますし、毎月の掛金も1,000円から7万円までと幅広いことが特徴です。共済金の受取方法は、一時払いでも分割払いでも可能なため、廃業後のリタイヤ生活安定のため、または事業再建の資金としても利用できますので、利用者の人気は高いようです。

しかし何といっても、この制度最大の魅力は、掛金が全額所得控除（最高84万円）されることです。

税金として支払ってしまえば、二度とかえってくることはありませんが、この制度は掛金であり、共済金として本人へ還元されるものですし、節税だけでなく、その利用価値は十分にあると思います。

節税のポイントということで、解説を進めてきましたが、それぞれ適用されるにあたり、要件がありますので、十分に注意し活用をしていただきたいと思います。

税務署はここをチェックする

事業所得については、収支計算書や青色申告決算書の内容について主にチェックします。他の類似業種との比較において、不自然な数値がないかどうかにも重要なポイントになっています。ここに主な点を挙げておきましょう。

1 売上関係

- ① 売上の計上基準
- ② 売上の計上もれ

③ 売上の翌期への繰越等

特に現金売上が多い生衛業の場合、現金出納帳と実際の現金有高の突き合わせが重要です。

2 仕入関係

- ① 仕入の計上基準
- ② 在庫の計上もれ
- ③ 売上と仕入と在庫の関連性等

3 交際費関係

法人においては、税務上限度額が設けてありますが、個人事業には制限がありません。だからといってすべてが必要経費として認められるわけではありません。

交際費として一般的な具体例は、

- ① 取引先等を接待する茶果飲食代
- ② 取引先等を旅行、観劇等に招待する費用
- ③ 取引先等に対する中元、歳暮の費用

などが挙げられ、一般常識からかけ離れた支出、十分な理由のない支出や、明らかな私的な支出については認められません。

事業遂行上必要であることを、十分に説明できる資料を備えておくことが重要なポイントです。

最後に

今回ここにお話したことは、確定申告のほんの一面に過ぎません。

現在の税法では、各種の控除など減税要因が細かく決められています。これらの点を十分に活用すれば、かなりの節税が可能になるのです。そのためには、帳簿や領収書をきちんと整えるなどの日々の積み重ねが大切です。税金対策も仕事の一環と考え、払うべき税金は払い、余計な税金は払わないという姿勢で、事業に取り組んでいただきたいと思います。

また、確実な節税には、事前の情報収集や準備が大事になります。税理士に相談するか、税理士会の無料相談や税務署での税務相談などを利用して、賢い納税者になりましょう。



(財)全国生活衛生営業指導センター 理事長決まる

去る平成13年12月19日、キャピトル東急ホテル（東京・千代田区）にて開催されました当全国生活衛生営業指導センター評議員会において、山下真臣氏が同センター理事に選任され、続いて開催された理事会において、理事長に選任されました。

山下新理事長の経歴については右記のとおりですが、特に昭和59年厚生事務次官を退任後、昭和60年4月から平成4年10月まで環境衛生金融公庫理事長を務め、生衛業界に対する造詣も深く、また経験も豊富であります。

日本経済が低迷し、先行き不透明感が増し、舵取りが極めて困難な中で、このような山下新理事長の誕生に対して生衛業界振興のための指導力の発揮に期待がかけられています。

新体制のもと今後とも皆様のお役に立てる全国センターを目指し役職員ともども努力してまいりますので、宜しくお願いいたします。

氏 名	やま した ま おみ 山 下 真 臣
生年月日	昭和2年5月1日（74歳）
本 籍	熊本県
学 歴	昭和25.3 東京大学法学部卒業
略 歴	昭和25.3 厚生省入省 48.7 厚生省大臣官房人事課長 49.6 " " 審議官 (公衆衛生担当) 50.7 " 環境衛生局水道環境部長 51.7 厚生大臣官房長 53.12 厚生省社会局長 56.8 社会保険庁長官 57.8 厚生事務次官 59.8 退官 60.4 環境衛生金融公庫理事長 (H.4.10.10まで) 平成4.11 全国社会保険協会連合会理事長 9.3 (社福)恩賜財団済生会理事長

【2月・3月行事予定】

1 コンピュータ操作研修会

日時：平成14年2月14日(木)～15日(金)

平成14年2月18日(月)～19日(火)

場所：全国生衛会館

対象：各都道府県センター職員

内容：各都道府県センターの職員を対象に、インターネットの現状と展望、ホームページの作成、また現在社会問題にもなっているコンピュータウィルスの対策法など実技講習を交えた講習会です。

2 平成13年度生活衛生関係営業指導職員研修会

日時：平成14年2月21日(木)～22日(金)

場所：全国生衛会館

対象：各都道府県生活衛生関係営業指導職員

内容：① 生衛業振興の施策と国庫補助

② 生衛法並びに営業六法の概説

③ 生衛業をめぐる衛生問題と行政施策

④ 生衛業における経営の現状と課題

⑤ 指導センターの各種事業と行政

⑥ 生活衛生資金貸付制度と運営課題

⑦ 生衛業に見る消費者苦情の実態

⑧ 生衛業に係る公衆衛生の諸問題

3 全国指導センター理事会

日時：平成14年3月15日(金)

場所：全国生衛会館

議題：① 平成14年度事業計画及び収支予算に
関して

② その他

4 都道府県指導センター理事長会議

日時：平成14年3月29日(金)

場所：全国生衛会館

平成12年度生活衛生貸付大口貸付案件調査の概要

島 通子 国民生活金融公庫 生活衛生企画部調査課

この調査は、平成12年4月1日から平成13年3月31日までに国民生活金融公庫（商工組合中央金庫、市中金融機関の代理店扱分を含む。）が生活衛生貸付を実行したもののうち、一貸付先に対する設備資金の貸付額が3,000万円超のものを「大口貸付案件」として、貸付動向、業種別の特徴等についてまとめたものです。

＊ 文中の「設備投資額」とは大口貸付案件先における貸付時の設備投資の総額、「融資対象額」とは設備投資額のうち、生活衛生貸付の貸付対象となる金額をいいます。

大口貸付案件先数及び設備投資額等の推移

12年度における大口貸付案件先数は11年度より169件減の561件で、前年比76.8%と大幅に減少しました。大口貸付案件の総額である公庫貸付額も378億円、前年比74.8%となり、一般貸付及び振興事業設備貸付全体での前年比88.8%を大きく下回っています。

なお、設備投資額は578億円（前年比72.5%）、このうち融資対象額は540億円（同74.1%）となっており、厳しい経済情勢を反映し、高額の設定投資に対しては依然として慎重な姿勢を維持していることがうかがえます（図1）。

一般・振興貸付に占める大口貸付案件の割合

一般貸付及び振興事業設備貸付全体に占める大口貸付案件の総額の割合は23.5%で、11年度に比べて4.4ポイント低下しました。2年連続の低下となり、9年度以降では最も低い水準となっています（図2）。

図1 大口貸付案件先数及び設備投資額等の推移

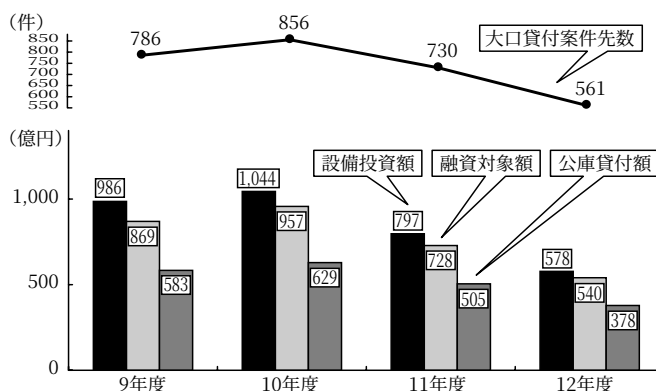


図2 一般・振興事業設備貸付に占める大口貸付案件の割合（貸付金額ベース）

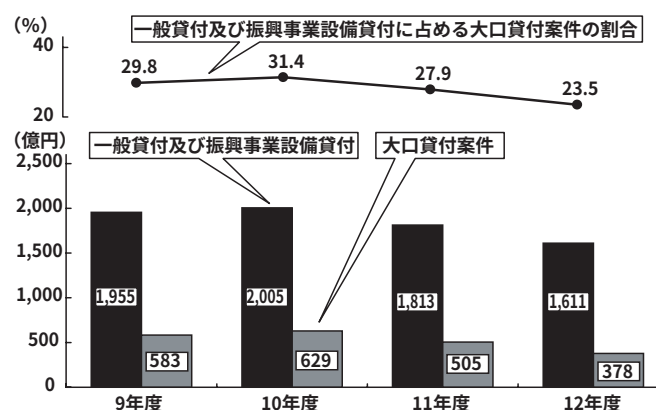


図3 大口貸付案件の業種別貸付先数等の推移

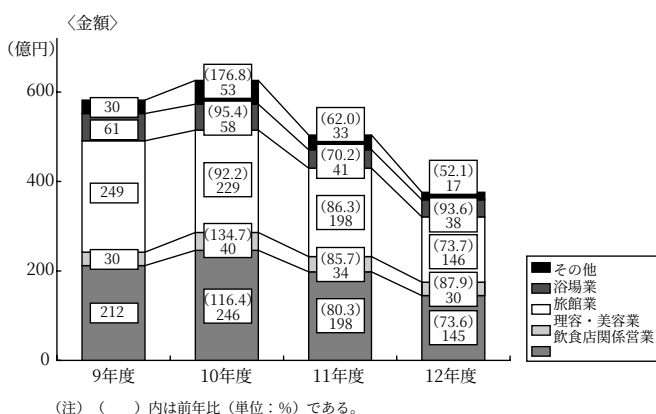
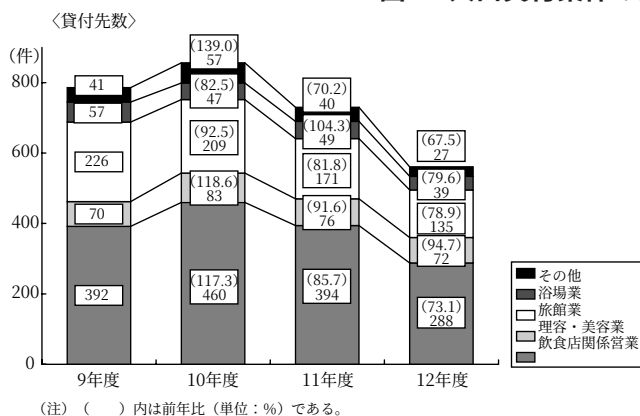
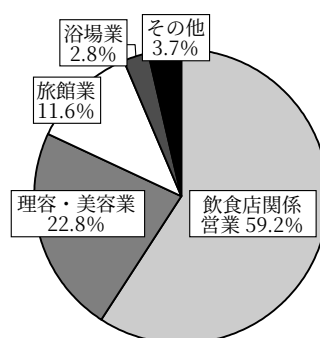


図4 一般貸付及び振興事業設備貸付に占める
大口貸付案件の業種別割合(貸付金額ベース)

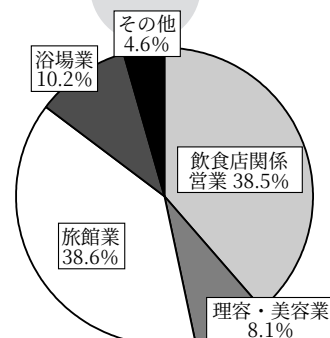
	11年度	12年度
飲食店関係営業	18.8	15.3
理容・美容業	9.2	8.3
旅館業	79.4	78.0
浴場業	78.3	86.2
その他	42.1	29.4
全業種計	27.9	23.5

図5 業種別構成比(貸付金額ベース)

〈一般貸付及び振興事業設備貸付〉



〈うち大口貸付案件〉



業種別にみた大口貸付案件の状況

大口貸付案件の業種別貸付状況は、貸付先数でみた場合、「飲食店関係営業」「理容・美容業」「旅館業」「浴場業」及び「その他」いずれも前年割れとなりました。特に「飲食店関係営業」は11年度より106件減の288件で、前年比73.1%と前年を大きく下回っており、個人消費の低迷や外食業界の値下げ競争による低価格化等の進行など厳しい経営環境が高額の設備投資意欲を鈍らせているものと考えられます。

また、貸付金額でみた場合も、「飲食店関係営業」が145億円(前年比73.6%)、「理容・美容業」が30億円(同87.9%)、「旅館業」が146億円(同73.7%)、

「浴場業」が38億円(同93.6%)と各業種で11年度を下回っています。特に「飲食店関係営業」「旅館業」及び「浴場業」は、10年度と比較すると3分の2以下の水準にまで落ち込んでいます(図3)。

業種別の一般貸付及び振興事業設備貸付金額に占める大口貸付案件の割合は、「旅館業」が78.0%、「浴場業」が86.2%と大口貸付案件が全体の約8割を占めており、大口貸付案件の割合が高いことを示しています。

また、11年度と比較すると「浴場業」が7.9ポイント増加した以外は各業種で低下しており、全業種計では27.9%から23.5%となりました(図4)。

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 水産販売業



食肉販売業 食鳥販売業



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/>

次に貸付金額の業種別構成比をみると、一般貸付及び振興事業設備貸付全体においては、「飲食店関係営業」が59.2%と過半を占め、次いで「理容・美容業」が22.8%と比較的小口設備投資が多い両者で全体の8割以上を占めています。

一方、大口貸付案件においては、「旅館業」が38.6%、「浴場業」が10.2%と高くなっていることが特徴で、一般に高額設備投資が必要となるこの2業種が大口貸付案件に占める割合が高いことを示しています（図5）。

一貸付先当たりの設備投資額等の推移

大口貸付案件の一貸付先当たりの設備投資額を業種別にみると、11年度に比べ「理容・美容業」「旅館業」が減少したのに対して、「浴場業」は125百万円から143百万円へと18百万円増加しています。しかしながら、10年度と比較してみると各業種いずれも減少しており、高額の設備投資が各業種で手控えられていることがうかがえます。

また、一貸付先当たりの公庫貸付額についても、「浴場業」は設備投資額が増加したことに伴い、11年度を14百万円上回りました（図6）。

設備投資額の資金調達先別構成比

設備投資額の資金調達先別の構成比は、公庫資金が65.4%と11年度に比べ2ポイント上昇し、年々公庫資金のウエイトが上昇しています。一方、市中金融機関からの資金調達の割合は減少を続けており、9年度は約2割であったのが、12年度には約1割まで低下しています。

これは、長期・低利の公庫資金を資金調達のメインとし、融資限度額を超える部分を市中金融機関等で調達するという場合の資金計画において、設備投資額が年々減少しているため、公庫の融資限度額を超える部分が減少してきていることも一因と考えられます（図7）。

図6 一貸付先当たりの設備投資額等の推移

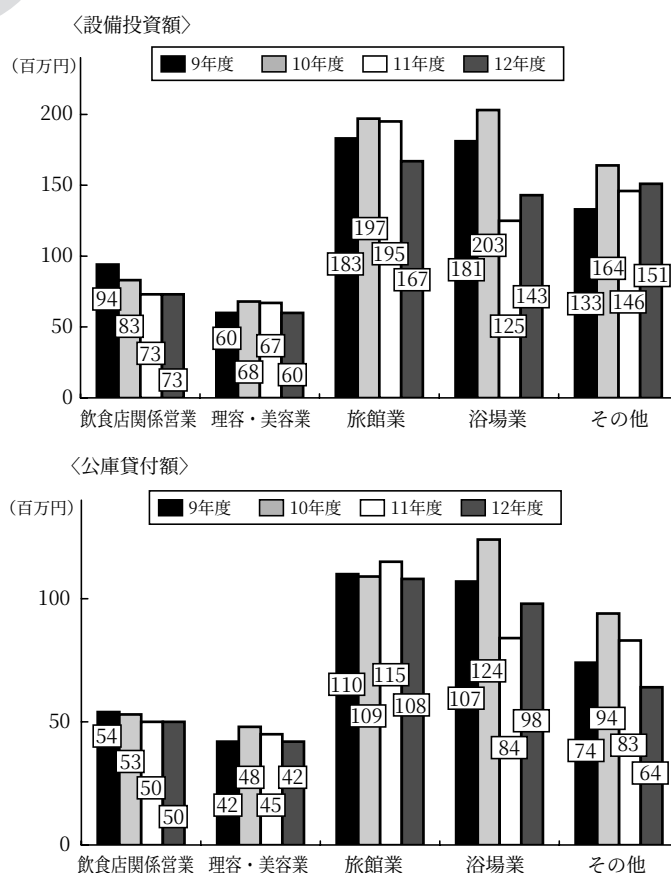
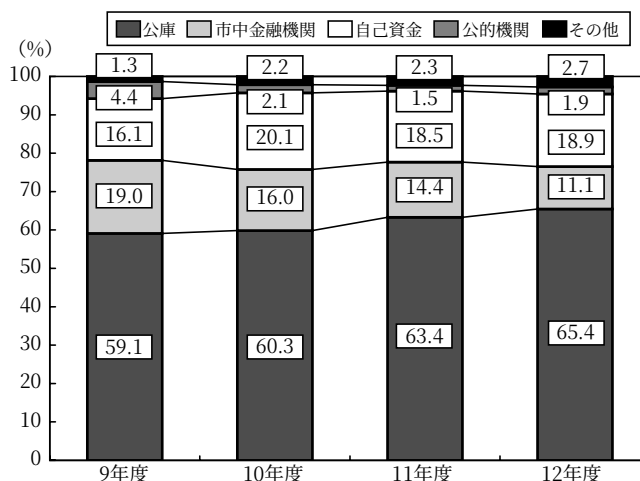


図7 設備投資額の資金調達先別構成比



急増するインターネットトラブルと その予防策！

(社)全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員

大久保 育子

□ インターネットの急速な普及とトラブル増加

平成13年度の情報通信白書によれば、平成12年末におけるインターネット利用者は、4,708万人（15歳以上79歳以下の個人）と、推計されています。平成11年末の推計値は15歳以上69歳以下を対象としているとはいえ、その比は74%増加です。そして、平成17年（2005年）における利用者数は、8,720万人まで増加すると推計しています。

一方、国民生活センターの「消費生活年報2001」では、平成12年度の特徴としてIT関連相談の激増があげられています。オンライン関連サービス相談は、前年度比190%の増加。インターネットにかかわるあらゆる相談にいたっては、前年度比250%の増加と報告されているのです。

インターネットの普及に伴い、どのようなトラブルが急増しているのか、予防策と共に以下に紹介します。

◇使用の覚えない高額国際電話料金請求

「インターネットを始めたら、聞いた事も行った事もない国へ通話したと国際電話会社から請求が来た。」こうした相談は、全国の消費生活センターには多数寄せられています。

▼インターネット接続に関する苦情件数 （「消費生活年報2001」国民生活センター編より）

'95年	'96年	'97年	'98年	'99年
17件	80件	250件	575件	1082件

▼どうして国際電話に繋がるのか？

これは、インターネット接続中に、自分が契約しているプロバイダーへの接続設定を、国際電話でのインターネット接続に書き換えられてしまったからです。このような、接続先書き換えソフトは、ホームページで画像を見ようとした時などに、自分のパ

ソコンに取り込んで（ダウンロード）しまうことが多いのです。一度接続先が書き換えられると、以後のインターネット接続もずっと国際電話経由の接続となるため、国際電話料金が高額になってしまいます。

▼誰がこんなことをしているのか？

このようなソフトを、国際電話会社がインターネット上に仕掛けている訳ではありません。一部の地域では、受信した海外の国際電話会社にも通話料金の数%が支払われる仕組みがあります。そして、その国際電話会社は自国内でよく国際電話を受信する事業者に、受け取った料金の一部を支払います。

このバックペイシステムを知っている人が、その地域に国際電話をかけさせるべく仕掛けているのですが、なかなか特定できないのが現状です。

▼使用の覚えなくても支払わなくてはいけないのか？

N T T電話サービス利用約款では、N T Tに加入すると、国際電話事業者にも加入すると規定し、その通話料は、N T T加入契約者に支払い義務が生じます。従って、加入契約者は自分の電話番号で通話が生じている限り、今のところ支払いを拒める法的根拠はありません。

———予防策は！———

- ①電話回線以外（ADSLやケーブルTV）でインターネットを接続する。
- ②国際電話の休止手続きをする。
（国際電話不取扱受付センター：0120-210-364
平日9時～17時まで）
※国際電話を受信することはできません。
- ③接続先書き換えをチェックするソフトをダウンロードしておく。
※国際電話会社等のホームページで無料配布
- ④不用意に、プログラムのダウンロードをしない。
- ⑤ダウンロードを知らせるように、設定しておく。
- ⑥こまめにダイヤルアップネットワークで、接続先を確認する。

e-TBTマークについて、(社)日本旅行業協会から、マーク並びにマーク制度の扱いのご説明をいただきましたのでご紹介いたします。

e-TBTマークについて



イーティービーティー (Electronic-Travel Business Trust) マーク

「e-TBT」は、インターネット取引の信頼性を高めるため、旅行者、事業者、消費者の三者が互いに信頼し合えるよう、インターネット上で取引を行う事業者が、このマークを付与することによって、旅行者が安心してインターネット上で取引を行うことができるようにすることを目的とする。

このマークは、インターネット上で取引を行う事業者が、このマークを付与することによって、旅行者が安心してインターネット上で取引を行うことができるようにすることを目的とする。

このマークは、インターネット上で取引を行う事業者が、このマークを付与することによって、旅行者が安心してインターネット上で取引を行うことができるようにすることを目的とする。

e-TBTマーク 制度について



(e-TBT=Electronic-Travel Business Trust)・電子取引取引用マーク

(1) マーク制度の目的
上記ガイドラインの電子のとりまきJATAは、旅行業におけるインターネット取引の信頼性と消費者の権利を確保する為、インターネットを利用して旅行商品の販売・予約・取引の一環または全部を行う場合でも旅行業法等の関連法令及びガイドラインに定める条件を満たしている旅行会社のホームページ（URLアドレス）毎に対してe-TBTマークを交付する。

(2) マークの交付条件
e-TBTマークは、旅行業で共通して使用される統一マークである。従ってJATA、ANTA（全国旅行業協会）がそれぞれに加盟する会員旅行会社を主たる対象としてマークを付与する制度である。審査は、「e-TBTマーク交付審査委員会」により審査、認可される。

(3) マーク使用の対象となるホームページ
次の事項のすべてに該当するものとする。
1. 旅行業法による登録のある旅行会社のホームページである。
2. インターネットを利用して旅行取引を行う旅行会社のホームページである。
3. 審査を採引する旅行商品広告のホームページである。
(異なる会社の宣伝や営業案内等のホームページは対象とならない。)

◇ネット注文した商品が届かない

「インターネットでアメリカのCDショップにCD 6枚を注文し、支払いはクレジットカード番号を打ち込んだ。注文後1ヶ月、カード会社からの代金引き落とし日が近づいてきても商品が届かない。メールで問い合わせると6枚のうち、あと2枚は取寄中で出荷が遅れていると言う。」

▼JADMA「通販110番」に寄せられた苦情 (2000年度「通販110番」報告書より)

順位	1999年		2000年	
	苦情内容	件数	苦情内容	件数
1	商品未着・延着	52	商品未着・延着	177
2	返 金	28	顧客対応	73
3	顧客対応	24	返 金	63
4	返品・交換	18	販売方法	32
5	電話繋がらない	16	契約・解約	29
	その他合計	60	その他合計	163

▼まずはクレジット会社に連絡

先の事例は、国際クレジットカード会社に商品未着を連絡して、カード会社からも販売店に問い合わせ出荷が遅れていることがわかったので、カードの引き落としは延期されました。

▼インターネットで、クレジット決済する時の注意

店頭でのクレジットカード使用とは違い、「お客様控え」の伝票が残りませんので、決済画面や事業者から送信された承諾メールなど、取引を証明するものを保存・プリントアウトすることが重要です。

また、クレジットカード番号など盗まれないよう、事業者サイト画面の鍵マークなどで、セキュリティも確認しておいた方がよいでしょう。

▼インターネット取引の法整備

事業者と消費者間で行われる、インターネット取引に関する法律として、「特定商取引法」(H13.6.1施行)と、「電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律」(H13.12.25施行)があ

ります。

「特定商取引法」では、インターネット取引も通信販売として、広告(H P画面)に事業者氏名・住所・電話番号、商品代金とその支払い時期・方法、商品引渡し時期、返品特約の有無、広告の有効期限等を表示するよう定めています。(一部省略できる場合も有)

「電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律」では、事業者が消費者に契約内容等の確認できる措置を講じていない場合、消費者が注文個数「1」を「11」と誤って送信してしまったような時には、その契約が無効となります。今までは、操作ミスが「重大な過失」で、錯誤による契約無効は主張できないと言われていました。また、契約成立時期も、発信主義から到達主義となったので、事業者からの承諾メールが届くまで、契約の効力は発生しなくなりました。

▼取引サイトのマークに注目

インターネット取引の信頼性を高めるため、業界団体では自主規制を遵守する事業者サイトに、マークの付与制度を設けています。消費者にとっては、こうしたマークが取引の安全性を見極める一つの指標となります。

オンラインマーク



e-TBTマーク



◇オークションで落札した商品が偽物だった

「オークションで落札したブランドバックを友人に見せたら、偽物ではないかと言われ、ブランド直営店で見てもらったら友人の指摘通りだった。売主にメール連絡したが返信がなく、ついにはメールも届かなくなった。メール以外の連絡先は聞いていなかった。」

▼オークションは自己責任ってホント？

個人間取引のオークションやフリーマーケットには「特定商取引法」や「電子消費者契約及び電子承諾通知に関する、民法の特例に関する法律」の適用はありません。取引相手の信頼度の評価を行っていたり、エスクローサービス（配送会社など、第三者が発送・代金預かり・商品に納得できない場合の預かり金の返金などを保証するシステム）を採用しているサイトを選ぶなど、自己責任が基本です。

===== 予防策は！ =====

- ①取引相手の住所・氏名・固定電話を確認。
- ②申し込み画面・利用規約等は、しっかり確認して、保存かプリントアウトしておく。
- ③取引経過（メールでの問い合わせのやり取りなど）も保存しておく。

◇使用の覚えない高額情報料金請求！

「3日以内に情報料を振込まないと、1日500円の延滞料金を加算すると、携帯電話にメールが入る。全く何の料金かわからない！」

インターネットのアンケートや、プレゼント応募で書き込んだ個人情報（氏名・住所・電話番号）が悪用され、迷惑メールや電話勧誘が増えたり、覚えのない請求を受けることもあります。

また、自分の住所・氏名が掲示板に書き込まれたりすることもあり、こんな時は直ちに管理者に削除を要請しましょう。インターネット上に限らず、むやみに自分の個人情報は公開しないことが大切です。

▼情報社会の光と影

インターネットの普及により、「いつでも、誰でも、どこでも、自分に必要な情報が得られる」便利な社会になりつつありますが、一方、「いつでも、誰にでも、どこでも自分の情報が見られている」という怖い側面もあります。便利さだけに踊らされぬようにしたいものです。

◇気軽なそのクリックに注意！

▼メールを開けるだけでウイルス加害者

昨年末、届いたメールを開けるだけで、アドレス登録者全員に、勝手にウイルスメールを送りつける被害が続出しました。ブロードバンド接続の、定額料金値下がり、一般家庭でも常時接続が増加してきました。その分、ウイルス感染や不正アクセスのリスクも増加します。ウイルス対策の情報を入手し、ウイルス予防ソフトでの自己防衛が欠かせません。

▼ネズミ講、人を誘うだけでも犯罪！

「上位会員に会費を支払い、会員募集メールを送るだけで儲かる」などというネズミ講は、主催するだけでなく、参加することも誘うことも、法律で禁止されています。

▼出会いサイトは、お客探し！

「出会いサイトで知合った女性に、絵画を見に行こうと誘われ、展示会場で彼女の友人と言う男性数名に囲まれ彼女の手前断れず契約してしまった。」

従来のデート商法が、出会いサイトを利用して増加しています。出会いサイトはお客を探したい人にとって、手軽なツールである事を認識しておきましょう。

◇かしこくネット！

▼インターネットのことは、インターネットに聞け
インターネットの特徴は、何と言ってもその匿名性。それゆえ、被害救済は困難で、予防が第一です。

幸いインターネットには、様々なトラブル処理に役立つ情報もたくさんあります。「インターネットホットライン協議会」(<http://www.iajapan.org/hotline/>)では、事例紹介とその相談先にリンクしています。

「今年からインターネットを」と、お考えの方にはトラブル事例ばかりで出鼻をくじいたかもしれません。しかし、新しいシステムを使いこなすには、最初に弱点も含め、そのシステムの特徴をしっかりと理解しておくことが基本であり、賢く楽しいネットライフの秘訣だと思うのです。

建築物における衛生的環境の確保に関する法律(昭和45年法律第20号)の一部改正について

厚生労働省・健康局

□平成13年12月7日に閉会した、第153臨時国会では、「テロ対策特別措置法」など、多くの法律が成立しました。

その中で、「建築物における衛生的環境の確保に関する法律の一部を改正する法律（平成13年法律第156号）」が成立し、平成14年4月1日から施行されることになりました。

■ビル衛生管理法とは

建築物における衛生的環境の確保に関する法律（ビル衛生管理法）とは、多数の人が使用・利用する、特定の用途に供する部分の面積が一定規模以上の建築物（特定建築物）について、環境衛生上良好な状態を維持するために、必要な措置について定めた「建築物環境衛生管理基準」の遵守を、当該特定建築物の所有者等に対して義務づけることなどを内容とするものです。

この管理基準には、空気環境の調整、給水及び排水の管理、清掃及びねずみ、昆虫等の防除について定められています。

その他、建築物環境衛生管理技術者や、建築物における環境衛生上の維持管理を業とする者に対する登録制度について定められています。

◆特定建築物

次に掲げる用途に供される部分の延べ面積が3,000㎡以上の建築物。ただし、これらの用途以外の用途に供する部分の延べ面積が、これらの用途に供される部分の延べ面積の10%を超えるものを除く。

1. 興行場、百貨店、集会場、図書館、博物館、美術館、遊技場
2. 店舗、事務所
3. 学校教育法第1条に規定する学校以外の学校（研修所を含む）
4. 旅館

もっぱら学校教育法第1条に規定する学校で延べ面積が8,000㎡以上のもの。

「特定建築物」の所有者（所有者以外に当該特定建築物の全部の管理について権原を有する者があるときは、当該権原を有する者）（特定建築物所有者等）は、

- ①「特定建築物」について、所在場所、用途、延べ面積その他省令で定められた事項を、都道府県知事（保健所設置市、特別区においては市長、区長）に届け出る。
- ②「特定建築物」の維持管理が環境衛生上適正に行われるように監督をさせるため、「建築物環境衛生管理技術者」を選任する。

◆建築物環境衛生管理技術者

次のいずれかに該当する者で、厚生労働大臣の免状の交付を受けたもの。

1. 厚生労働省令で定める学歴及び実務の経験を有する者又は厚生労働省令の定めるところによりこれと同等以上の知識及び技能を有すると認められる者で、厚生労働省令の定めるところにより、厚生労働大臣が指定した講習会の課程を修了したもの
2. 建築物環境衛生管理技術者試験に合格した者

建築物における、環境衛生上の維持管理に関する業務は、専門の業者に委託するケースがありますが、ビル衛生管理法には、これらの業者が都道府県知事の登録を受けることができる制度があります。

この登録を受けた業者を「登録業者」といい、今回のビル衛生管理法の改正は、この登録制度に関する部分の改正が行われました。

■今回の改正内容

1. 登録業種の追加

◆これまでの6業種

- ① 建築物清掃業
- ② 建築物空気環境測定業
- ③ 建築物飲料水水質検査業

- ④建築物飲料水貯水槽清掃業
- ⑤建築物ねずみこん虫等防除業
- ⑥建築物環境衛生一般管理業

◆追加の2業種

- ①建築物空気調和用ダクト清掃業
- ②建築物排水管清掃業

2. 名称及び登録要件の変更

上記⑥について

◇改正前

- ・建築物環境衛生一般管理業（清掃、空気環境

の測定、飲料水の水質検査で、建築物における衛生的環境の通常管理に必要な、厚生労働省令で定める程度のものを併せて行う事業）

◇改正後

- ・建築物環境衛生総合管理業（清掃、空気環境の調整及び測定、給水及び排水の管理並びに飲料水の水質検査で、建築物における衛生的環境の総合管理に必要な、厚生労働省令で定める程度のものを併せて行う事業）

3. 各登録業種の登録要件の追加（省令事項）

（参考）建築物環境衛生管理基準

1. 空気環境の調整

- (1)中央管理方式の空気調和設備（空気を浄化し、その温度、湿度及び流量を調節して供給することができる設備）の場合

浮遊粉じんの量	0.15mg/m ³ 以下
一酸化炭素の含有率	100万分の10以下
炭酸ガスの含有率	100万分の1000以下
温度	17度以上28度以下 居室の温度を外気の温度より低くする場合は、その差を著しくしないこと
相対湿度	40%以上70%以下
気流	0.5m毎秒以下

- (2)中央管理方式の機械換気設備（空気を浄化し、その流量を調節して供給することができる設備）の場合

浮遊粉じんの量	0.15mg/m ³ 以下
一酸化炭素の含有率	100万分の10以下
炭酸ガスの含有率	100万分の1000以下
気流	0.5m毎秒以下

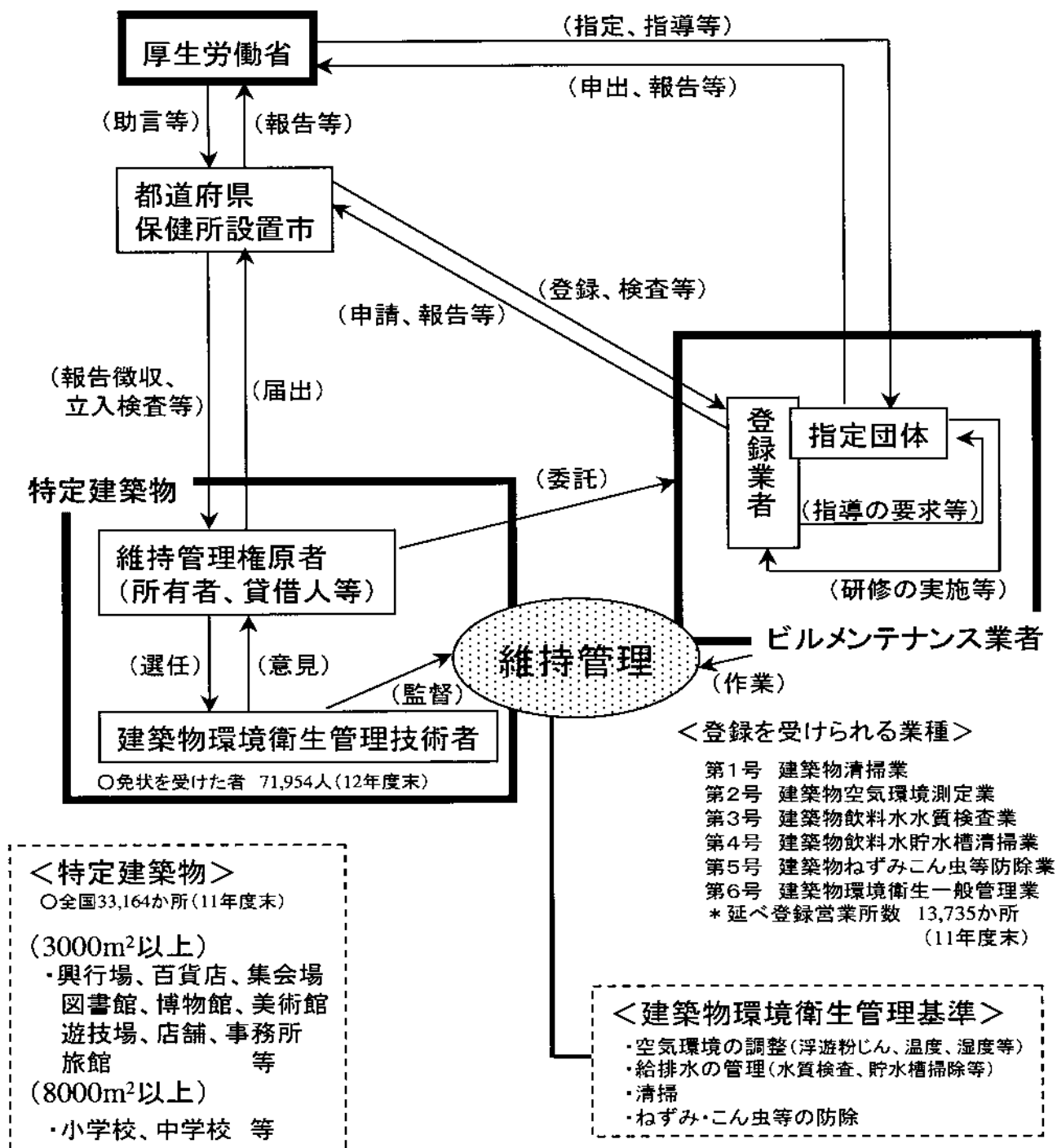
2. 給水及び排水の管理

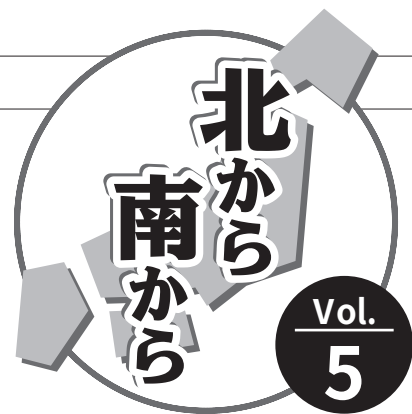
- (1)水道法第3条第9項に規定する給水装置以外の給水設備を設けて飲料水を供給する場合は、同法第4条の規定による水質基準に適合する水を供給する。
- (2)排水に関する設備の正常な機能が阻害されることにより、汚水の漏出等が生じないように当該設備の補修及び掃除を行う。

3. 清掃及びねずみ、こん虫等の防除

- (1)適切な方法により掃除を行い、衛生的な方法で汚物を処理する。
- (2)ねずみ、こん虫等については、適切な方法により発生及び侵入の防止並びに駆除を行う。

建築物における衛生的環境の確保に関する法律の概要





東京都生活衛生営業指導センターを訪ねて

■はじめに

年が改まって、早々、都内渋谷区にある東京都生活衛生営業指導センターの中尾専務理事、松本事務局長をお訪ねし、同センターの概況、特徴などをお聞きした。

■東京都生活衛生営業指導センターの概況

1. 住 所 東京都渋谷区広尾5-7-1
東京都広尾庁舎内
2. 設立年月日 昭和55年4月1日（設立許可）
3. 職 員 数 役職員7名（内：経営指導員4名、
交付金関係2名）

■同指導センターの特徴及び活動状況

同指導センターの事業対策の営業許可件数は28万件、また、生衛業の組合も、17業種の組合（組合員数5万弱）で、他の都道府県に比して著しく多いことから、融資相談を始めとする各種の業務量が膨大であり、経営指導員の負担も大きく、個々の営業者等に対するきめ細かい対応にも苦慮しているのが現状である。



中尾厚義専務理事

◆事業関係（活動状況）

1 経営・融資相談事業

1) 融資相談件数

12年度 1,837件（4月～12月 1,408件）

13年4月～12月 1,800件

- ・この数年、件数が著しく増加しており、業種別では、飲食業の61.4%を筆頭に、美容、社交、中華料理の順である。

2) 特 徴

- ・独立開業を含む新規開業の相談の占める割合が94%。業種別では、飲食業が63%、次いで美容の11%、社交業、中華料理の順である。
- ・営業施設の地域によって、保証金との差が大きく、融資申請の額もばらつきが大きい。

3) 衛生環境激変対策特別融資関係

牛海綿状脳症による東京都内の特別融資の取扱い件数は、10月～12月の3ヶ月間で、焼き肉店を中心に食肉卸商など、相談件数が、1,146件、確認書交付73件（56,050万円）である。

4) 経営特別相談員

指導センターでは、東京都知事が委嘱している158名の経営特別相談員の活動に対する助言、支援を行うとともに、新しい情報や知識の習得のために、年一回の研修会の開催のほか、年一回の講演会を開催し、経営特別相談員の日々の活動に活用されている。

2 標準営業約款

Sマークの登録件数は、13年度末現在で、理容で3,892件（対施設数での加入率37.6%）、美容で178件（同1.1%）、クリーニング業のクリーニング所では321件（同4.6%）、取次店で27件（同0.4%）となっている。美容とクリーニング所については、制度発足当初から登録率は低かったり、年々減少しており、制度の普及啓発とともに対応策の検討が求められている。

3 分野調整事業

生衛業の分野調整のための協議会を開催しているが、現在の案件事項として「JRの上野駅ビル開発計画」があり、年数回の協議会を開催してい

る。

4 相談指導顧問事業

弁護士に顧問を委嘱しての法律相談を、毎月第3水曜日に定例で同センターで実施している。さらに、実際の相談事例を参考として、「事例集」を編纂し、組合に配付し活用を図っている。



松本左右一事務局長

5 地区生活衛生営業相談指導事業

従前は、都内の保健所の協力を得るなど、機会を捉えて相談室の開催を行っていたが、平成10年度から、交通事情等により、同指導センターの利用が困難な遠隔地で開催、多摩地区の山間遠隔地や八丈島、三宅島等の町や村において実施している。

6 活性化促進事業

活性化促進事業として、10年度から「生衛業におけるごみ減量化推進事業」に取り組み、学識経験者、行政担当、生衛業代表の3者による「ごみ減量化推進検討委員会」を発足、アンケート調査を含めて検討を行い12年度末に最終報告がなされた。これに基づき、各組合からの推薦で50名の「ごみ減量化推進委員」を委嘱するとともに、生衛業

の組合員の全施設に「ごみ減量化ガイドブック」を配付し、普及啓発に努めている。

7 基金活用事業

平成11年度をもって廃止された、環境衛生営業振興助成交付金で積み立てた「基金」を原資として、飲食店関係組合及び旅館関係の9組合が実施する交付金事業の目的に沿った各種事業（9組合の計52事業）に対して、事業費の全部又は一部について助成を行っている。

8 広報誌の発行

指導センターの情報提供のための機関紙として「東京生衛指導センター」の発行を年二回行っている。これには、賛助会員をはじめとした広告も掲載している。



9 クリーニング研修・講習

1) 平成13年度の実績及び計画

対象者が他の道府県に比して著しく多いため開催回数も多く設定しなければならない。なお、13年度の開催回数は、次のとおりである。

クリーニング師研修	開催	10回
クリーニング従事者講習	開催	6回

開催日は、受講者や組合の要望から、殆どが日曜日の開催であり、指導センターの業務負担は大きい。また、該当する対象者への受講促進は、保健所の業務であることから、これの協力がないと受講者数の伸びは容易に期待できない。

2) 組合の支部及び地区支部の連合での開催の推進
組合活動との連携を基に、各支部及び周辺支部共同での研修会の開催は、受講者の増加につながるとともに、アウトサイダーへのPRに寄与することから、積極的に進めている。

3) おしぼり業に対するクリーニング研修

13年3月に入って、他府県の受講者の受入れが認められたこと、研修内容からおしぼり業の受講率が極端に低いこと、おしぼり業界からの要請を受けたこと等から、おしぼり業のクリーニング師のみを対象として研修会を開催し、受講者から好評を得たところである。受講者98名の内、47名が他府県の受講者であった。

10 東京都委託事業

東京都からの委託事業として、経営特別相談員養成講習会、平成13年度からは新たに生衛融資に係る推薦書発行業務の委託を受けている。

1) 経営特別相談員養成講習会は、2日間に渡っ

ての研修を行った。

2) 推薦書発行業務は、申請者の利便等を考慮して、即時の推薦書交付を原則として取り扱っており、4月から12月までの9カ月間の交付件数は1,269件にのぼっている。業種別では、飲食店が60%と多く、次いで美容、社交の順である。また、独立開業を含む新規開設が62%となっている。

11 東京都補助事業

生衛業の振興のための地方交付税措置に伴い（東京都は不交付団体であるが）指導センターへの補助事業が13年度から、次の2事業について措置されている。

1) 福祉連携事業

法律改正により、新たに組合事業としての地域福祉の増進に関する事業が取り入れられたところであるが、各組合が行う地域福祉の増進に関する事業の円滑な推進を図るため、生衛業が提供する高齢者等の福祉の増進に資するサービス、生衛業にとっての必要性及びメリット等を検討するため「生衛業地域福祉増進事業検討会」を設置し、学識経験者、行政担当、業界代表等の委員により検討を行っている。主な検討事項



として、

- ① 生衛業における地域福祉のあり方に関すること
- ② 生衛業に期待される地域福祉サービスに関すること
- ③ 組合が行う地域福祉増進事業の推進に関すること等を検討している。

検討会の最終報告は、14年度内に行い、15年度の組合事業に反映させて行く予定である。

2) 生衛業振興展

環境衛生営業振興助成交付金によって実施していた「環衛フェア」は、多くの消費者や生衛業の方から好評を得ていたが、11年度の第7回をもって終了した。このため、東京都として単独補助金により生衛業界に対する振興を図ることを目的に、新たに「生活衛生関係営業振興展」を開催することとし第1回を13年10月に2日にわたって実施した。展示内容としては、

- 1 営業設備、衛生水準等の改善向上に役立つもの
- 2 経営の改善・向上に役立つもの
- 3 営業情報の提供・収集に役立つもの
- 4 営業サービスの内容等の改善・向上に役立つもの



**生活衛生関係営業
振興展**

お店の繁栄に役立つ情報が入手できます

2001年10月23日(火)・24日(水) 10:00～17:00
(24日は18:00まで)

会場: 東京都立貿易産業センター台東館 5階 東京都台東区花川戸2-4-5




海外旅行券
HOLIDAY TRAVEL VOUCHER

協賛組合 東京都
 ・給食・健康・中華料理・社交飲食業・料理
 ・飲食業・喫茶飲食・食品内販売業・食肉
 ・水産物売業・理容・美容・興行・ホテル旅館
 ・洗剤洗業・公営浴場業・クリーニング
 第1回生活衛生関係営業振興展実行委員会
 (所) 東京都生活衛生営業指導センター TEL: 353-3445-8731

等であり、出展企業による展示等を行った。今後、この年一回開催する「振興展」を一層充実を図っていく予定である。

12 その他

1) 賛助会員制度

指導センターでは、指導センターの事業を援助する団体及び個人を賛助会員とすることとしており、現在16社(19口、1口年50,000円)が承認され、イベントの開催等の各方面で協力を得ている。

2) 全国指導センターとの連携

全国指導センターとの連携と情報交換には、同じ地元であることから、研修施設の利用等も含めて、密接なる情報交換と連携を図っている。

3) ホームページ

指導センターでは、ホームページを開設し、新しい情報や事業内容の紹介を行うとともに、生衛業の組合関係、関係機関、団体等へのリンクが出来ることとしている。

(<http://www.seiei.or.jp/tokyo/>)

(財)全国生活衛生営業指導センター賛助会員
(1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



取材を通じ、経営者から人使いの基本を親しく伺う機会に恵まれた。

できそうで、できないことかも知れないが、編集も印刷と出版の間にあって、時間との競争を強いられる立場であるので、大変参考になった。

あえて、ご紹介したいと思う。

人間は誰でも間違いは起こすもの、だから、2回までは、報告を聞くだけで、自省を促す。

聞くだけという対応は、信頼しきった人間関係において、まことに有効な軌道修正の手段である。「言わぬは言うにいや勝る。」ことを、双方とも承知をしているからである。

しかし、人間のやること。同じ間違いが3回に及ぶことがある。この時は、こうなった原因・結果を本人に分析させ、再発防止を調査という体験で覚えさせる。

体験的はあるが、この思いやりこそが、結果として、現場の意識改革の有効手段の一つであるとまとめられた。

少し、甘い？ 厳しい？

お立場で意見が分かれるところと思うが、今年は、後工程の立場、仕事としてチェックする立場の座右銘になりたいと思っている。

生衛ジャーナル 1月号 平成14年1月25日発行 通巻331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