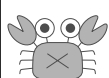


年頭のごあいさつ (財)全国生活衛生営業指導センター 山下 真臣 理事長	1
特集 エゴを排し、エコに挑む	
お店探訪	2 ~ 9
時の話題 / ワイド版	
らーめん寺子屋	10 ~ 11
厚生労働省健康局から	
建築物衛生法関連政省令の改正について ...	12 ~ 13
価格動向調査の概要	14 ~ 15
消費生活相談の現場から	
賃貸住宅契約のトラブル防止のために	16 ~ 17
特相員だより	18
せいえい短信	19
センターをたずねて	20 ~ 21
ティーブレイク 連載「狛犬鑑定団が行く」.....	22
最近マナー事情	23
編集室から	24

原稿・情報をお寄せください

- お店探訪 (2 ~ 9 ページ)
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。
- 特相員だより (18 ページ)
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。
- せいえい短信 (19 ページ)
中央・地方、団体・個人を問わず、生衛業に関する情報・話題をお寄せください。
- 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
- 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



元気発進、地域から発信！

自分たちの足元を見つめ直したうえでの「エコロジー実践」——今号の特集テーマ「エゴを排し、エコに挑む」に登場していた3店取材しての印象だ。声高に言う前に、彼らはずっと前から“先達”としての実績をあげてきた。「時の話題」は空き

店舗対策と店主育成事業を合体させた「らーめん寺子屋」。こちらにもアイデアとやる気が地域を元気付ける発信基地となっている。特集のシンボル・キャラクター、カニ(イラスト)さん、今年こそ不況をカットし、アワてるほどアワただし年にしてください。

年頭のごあいさつ

生衛業者の自主的・主体的努力を 経営指導や情報提供で支援

平成 15 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、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、国際情勢の不安定化でますます先行き不透明感を強くし、厳しい状況にあります。国全体、社会全体が方向性を見失って元気がなくなっており、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。国民を元気づけるのが生衛業界の仕事であり、その業界が元気を無くすと国全体が元気を無くしてしまいますので、業界の活性化が急がれるとこ



(財)全国生活衛生営業指導センター
理事長

山下 真臣

ろです。

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

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、本年が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。

エココイン介し環境保護へスクラム

お店探訪

店のショーケースには幾種類もの量り売りの鶏肉が並ぶ。新鮮な卵は、パック入りでなく裸積み。店の奥には肉をさばく調理場がある。昔ながらの「かしわ屋」の雰囲気漂わせる「名古屋コーチン工房 鳥勝（とりかつ）」。地元商店街が発行する「エココイン」を仲立ちにして、店と客がスクラムを組んでゴミの減量と環境保護に取り組んでいる。（文中敬称略）

食鳥肉販売店

「名古屋コーチン工房 鳥勝」
名古屋市中村区賑町 23
経営者 石原勝昭（59）
電話 052 - 471 - 7204
従業員 2 人

「いらっしゃい。おいしい若鶏が入りましたよ。お父ちゃんの好きな焼き鳥にぴったりだよ」

店の主人、石原勝昭は、口ひげをたくわえ一見、うるさ型のシェフのようなが、気さくな語り口でお客と対応する下町のおやじさんだ。

父親の代から数えて50年余、この地でかしわ屋を営んでいる。店の名前は父親が息子の名前から取った。石原さん自身も本格的に店を手伝い、切り盛りするようになって40年経つ。



④「鳥勝」の主人、石原勝昭さんと妻の信子さん⑤店の前に立つ石原さん



名古屋の表玄関、JR名古屋駅太閤通口（新幹線口）から西へ約1.5kmの「新大門商店街」の一角にある。一帯はかつて花街として栄え、名楽、賑、羽衣、日吉などの古い地名が残る。近くには太閤秀吉の生地を祭った神社もある。

戦前の古い格子戸の飲み屋が軒を連らね、古い下町情緒を残

しているかと思えば、大型スーパーや近代的なパン屋も。新しさと古さが混じり合って、年代を問わず親しみのわく商店街だ。

「鳥勝」は、新大門商店街のほぼ中心に位置する。鶏肉はすべて組合の市場を通じて近郊や岐阜県産のものを売っている。力を入れている名古屋コーチンは愛知県農業試験場など2か所で育てられた純系種で、生産者の顔が分かるように1羽1羽、ナンバーを入れた生産者シールが張っている。

店の奥の調理場では、主人の石原が、太い桧の丸太をばっさり半分に製材した長さ1.9m、幅70mmのまな板2台を使い、その日売肉をさばく。お客と歯切れ良く対応するのは、奥さんの信子

（55）だ。

店に足を踏み入れ最初に「おやっ」と思うのは、卵売り場の一角だ。10個入りの鶏卵がそのまま、ちょうどビールケースほどの大きさのプラスチックケースにあふれんばかりに詰まっている。いわば卵のばら売り。スーパーなどで売られている透明プラスチックの10個入り卵パ



④新大門商店街では毎月15、16の両日、「エココインデー」ののぼりが立つ⑤街角に設けられた「大門ナビ」⑥金色のエココインと天然石けん⑦左の白い長方形のもの、その下は買い物袋



境に優しい商店街」をキャッチフレーズに商店街の若手青年部が考え出した。10円玉大の大きさで、鮮やかな金色をしている。

名古屋市の補助金で商店街4か所に設置した「大門商店街情報案内システム」(通称・大門ナビ)。公衆電話に似たボックスの中に画面でやり取りするナビ装置が設けられ、店情報が映し出される。さらにエココインを投入すると各店舗の割引券などのラッキーチケットが当たる。

商店街では昨年10月から毎月15、16の両日を「エココインデー」とした。この日は商店街に黄色いのぼりが立ち並ぶ。エココインの交換所を兼ねた店に持ち込むと、7枚で100円分、35枚で500円分の商店街共通商品券と交換出来る。ふだんの日より3割高で引き取ってくれる計算だ。

岩田理事長は「エココインは3万枚ほど流通しています。商店街でも環境問題に取り組もうと、1999年から始めた資源ゴミの分別収集のリサイクル・ステーションを始めたのがきっか



ックを見慣れた目には、少し驚きだ。一昔前の店先を思い出す。

「環境を守りゴミを出さないため、買い物袋、食品密閉容器などを持ってきた買い物客には、いろいろな利点を楽しめる『エココイン』を差し上げてい

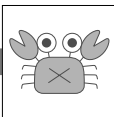
ます」と石原。

「エココイン」は、地元の「新大門商店街振興組合」(岩田正理事長、約140店舗)が2000年春からスタートさせた「町おこし」と「環境保護・ゴミ減量」を結びつけたアイデアだ。「環



資源回収風景・その1

「環境にやさしい商店街」をキャッチフレーズにエコステーションに資源ゴミを集め、分別する新大門商店街のみなさん。全員がボランティアだ。



店の奥で肉をさばく石原勝昭さん

けです」と話す。

「環境保護」と口で言うだけでなく商店街としても何か具体的に行動しようと、空き瓶や缶、発泡スチロールのトレイなど12種類の資源ゴミ回収を商店街自らが乗り出した。商店主らがボランティアで買い物客から資源ゴミを集め、分別して業者に運搬。1回に約10トンの資源ゴミを回収したこともある。

全国的にも話題となったこの

活動に刺激され、名古屋市は1年半後ようやくゴミの分別収集を始めたほどだ。自治体の分別収集が軌道に乗ったこともあって、商店街のリサイクル・ステーションは昨年4月、運営を中部リサイクル運動市民の会（NPO）に引き継いだ。いまでも月に2回、商店街メンバーの料亭駐車場で、古着など客が持ち込んだ資源ゴミ回収を続けている。

「鳥勝」では、500円の買い物を目安に、密閉容器、買い物袋、籠それに透明プラスチック製卵パックを再利用して持参すれば、余分なゴミを出さない“ご褒美”としてエココイン1枚をプレゼントする。「ゴミを出さない心構えがきちんとしている客にはうれしくなって2、3枚あげちゃうけど」と石原は笑顔を見せる。

エココインを10枚集めれば「天然石鹸」1個または卵入れ用のプラスチック製籠と、さらに30枚で「ECO TOWN OMON」のロゴが入ったビニール製買い物袋とそれぞれ交換している。

エココインがスタートする前から、「環境問題を何とかしよう」と食品密閉容器などを持参したお客には消費税分を割引して販売していた。エココイン制度を導入しても、それほど戸惑いはなかった。むしろ、卵のばら売り

資源回収風景・その2



や肉の量り売りなども、客が必要なものだけ買えるので好評だ。

石原勝昭・信子夫婦は「予想外に人気です。客の2、3割が買い物袋などを持参してきますね。ごみが出ないと思うと少しは環境保護に役立っていると思います、気持ちがいいですよ」という。

客から注文のあった進物用などの名古屋コーチンには、信子のアイデアで無農薬野菜を添えて発送する。夫婦で山歩きの会のリーダーを務め、休みの日には日本アルプスから近郊の低山まで自然を楽しむ、根っからのエコ派だ。

私のお気に入り

主婦 栗元 典子さん（40）



「私は、この近くの名古屋市近郊の羽衣町に嫁いで以来、

『鳥勝』さんをひいきにしています。家族は空揚げなど鶏料理が好きなので、肉が柔らかくておいしく、品質も安心できるからです。それにご主人と奥さんの気さくな

人柄にもひかれていきます。

私も無駄なゴミを出さないことは大切だと思います。消費者は、単にきれいに包装してあることをありがたがるのではなく、環境問題についても敏感でいたいですね。私もエコマークの入った買い物袋を利用していますが、何も不便なことはありません。余分な包装紙などは自宅の台所に戻れば捨てることになるので無駄です。エココインは楽しみにしています。」

雨水や廃材を有効利用、環境教育も

お店探訪

東京都墨田区では、水不足解消のひとつの策として、雨水タンク設置助成を行っている。これはマンションや事業所、一般家庭に雨水を貯めるタンクを取り付ける際に、区が助成金を出すというもの。しかし、区が本格的に雨水利用にかかわる以前から、民間団体の「雨水利用を進める全国市民の会」は地域で雨水利用を通して防災まちづくり活動を展開していた。そのメンバーの一人が伊藤林（しげる）だ。（文中敬称略）

銭湯「御谷湯（みこくゆ）」

東京都墨田区石原

3 - 30 - 8

経営者 伊藤 林（55）

電話 03 - 3623 - 1695

定休日 月曜日

「雨水利用を進める全国市民の会」のコンセプトは、「水資源、遠くの雨より軒の雨 流せば洪水、貯めれば資源」。

都市がコンクリートジャングル化し、大雨が降ると下水道は機能不全に陥って洪水になってしまう。その雨水を有効利用して生活に生かすことが問われている。また、都市部に住む人たちは、ダムがある地域にはたくさん雨が降って欲しいが、自分たちの住む地域には水不足にな



⑨「路地尊」の手押しポンプで雨水を汲み出してみせる伊藤さん⑩御谷湯の全景



らない程度に——と、わがままになっている。

しかし、人間は水と共に生かされ、水がなくては生きていけない。そのことを子どもたちに伝えていかなければならない。このような背景のもとに雨水利用の運動が始まった。

「雨水利用を進める全国市民

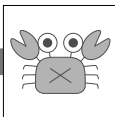
の会」のメンバーである伊藤は、当時、東京都浴場組合の経営委員でもあった。風呂屋は屋根が広い、それを利用して地域で使える水を貯めることにしたという。

まず平成3年、屋上に3つのタンクを設置。その年の夏は、週末になると豪雨になって、3つのタンクはすぐに満杯になった。ところが、水曜日ぐらいになると、タンクの雨水は空になったという。

「店の入り口のわきに『路地尊』があって、そこから地域の人たちが雨水を使えるようにしているので、夏はみなさんが利用したこともあっ

て、3つでは足りませんでした。そこで、今度は6つのタンクを設置して9つの雨水を貯められるようにしたんです」と、伊藤は話す。

「路地尊」は、防災まちづくりのシンボルとして墨田区内に置かれているもの。屋根から集めた雨水を地下タンクに貯め、



④店先に掲げられている看板「御谷湯」の番台



手押しポンプで汲み出すシステムを備え、普段は街の緑を育てるために、いざという時には防火用水になる。

御谷湯ではこの他、トイレ、池、脱衣所・浴場内にある岩に雨水を流すパイプを通してしている。岩は先代から伝わるもので、屋上のタンクから引かれたパイプの栓を開くと、岩の間から雨水が流れ、風情を醸し出している。池にも同じような岩があり、やはりパイプの栓を開くと、岩から雨水が流れ出して池に注ぎ込む。御谷湯を利用する人たちは、この風情を楽しんでいるという。

地域の有志がこうした試みをしていた時、海外から「雨水利用を進める全国市民の会」に雨水利用東京国際会議を開いてもらえないかという申し出があった。

しかし、国際会議を民間団体

が主催するには少々無理があると判断し、墨田区に相談して共催という形で平成6年8月に会議を開いた。

この時、伊藤は子どもを集めて「雨水探検隊」を組織。子どもの頃から水に親しむ、水と共に生きるということを学ぼうと、川原へ行って水

辺の動植物の観察をしたり、川は生活の中でどのようにかわっているのかを考えたり、雨水で稲を育てようという運動を始めた。これは学問的なことを学ぶのではなく、生活を通していろいろなことを学ぼうという活動だ。

今では、秋田県の夫妻が毎年稲の苗を送ってくれるので、千葉県に田んぼを借りて稲を育てている。この苗は墨田区内の幼稚園、小学校、中学校にも配り、それぞれの園、学校がバケツやプランターで苗を育てて収穫している。そこで子どもたちは稲作を経験し、水の大切さを学んでいるという。

さらに墨田区はエコストア制度を作り、当時、フロンガス製品を使わない理・美容店にエコストアの認証を出した際、理・美容店だけでなく、いろいろな業者が参加しなければ意味がな

いということで、御谷湯をはじめ数件の浴場もエコストアに参加して電池、空き缶、空き瓶の回収運動をしている。

こうした廃品回収などのリサイクル活動を、伊藤は雨水利用活動を始める以前から行っていた。その活動の一つが、地域の資源ゴミを回収する拠点になっていることだ。ある時期まで資源ゴミは町内会館に集めていたが、会館がビルに建て変わって上部がマンションになると、区



防災まちづくりのシンボルでもある「路地尊」

が廃品を回収する当日でしか資源ゴミを出せなくなった。すると、資源ゴミをそれぞれの家庭でストックしなければならなくなり、資源ゴミを一般ゴミとして出す家庭が増えてしまったという。そこで、伊藤は御谷湯の「路地尊」の横に銭湯で使っていたロッカーを置き、そこに資源ゴミを集めている。

もう一つの活動は、風呂の改修時に出る廃材を、できるだけ



④浴場内にパイプを引き込み、岩の間に雨水を流して
風情を楽しむ⑤雨水利用の池には金魚も泳ぐ

少なくすることだ。銭湯の改修工事は、一般的には古いものを全部壊して作り直す。ところが、伊藤は古くても使えるものはできるだけ残すようにしているという。

例えばタイル。浴室のタイルの色がある部分から違うのだが、それは10年前に改修したときのタイルと、それ以前に改修したタイルの違いである。もちろん、職人の腕できれいな模様になって生まれ変わっている。こうした改修は工事期間が長引き、タイル・配

管・釜の職人にとっては難しい仕事になる。それでも、分別して手を加えれば資源として生きてくる、と伊藤は話す。

さらに10年前の改修時、廃品回収業の人から2台のエアコンを譲り受けた。オーバーホール後、男女それぞれの脱衣所に設置され、今でも故障もなく動いている。

伊藤はこうした雨水利用やリサイクル活動の他にも、子どもたちに

入浴のマナーを教えたり、人とのふれ合いを味わってもらう「入浴教室」、地域の子もたちとの廃品回収や清掃活動にも参加している。地域ぐるみで環境に対する意識を高め、子どもたちを地域で育てようと、できることからやっていく姿勢に感服させられた。

雨水のパイプは屋根から軒先を伝い、中継器具を経由してモーターのあるタンクに貯められる



会社員 青木美佐子

「子ども同士が同級生ということで『御谷湯』さんを知りました。以来、二十数年通っています。やはり、天然温泉に近いかお湯が気持ちよくて、家の近くにも銭湯があるんですけれど、足を伸ばしてでも行きます。」

ご主人は雨水利用のほかに、リサイクル活動やボランティア活動にも熱心で感化されています。夕食のギョウザのたれが残って、そのまま流しに捨ててしまつと川を汚染してしまいます。たれで川を汚さないために、どんなにたくさん水が必要だろつと話したりも…。

一人でも、二人でも『私が気をつける』という意識をもつことが大切です。銭湯には若い人たちもたくさん来ているので、その人たちも雨水利用に興味をもってくれて、環境のことを考えてくれる人が一人でも増えていけばうれしいですね」

私のお気に入り

エコ意識、針金ハンガー追放し マイバッグ導入

お店探訪

ゴミになるハンガーや包装材を少しでも減らそうと、仕上がった洗濯物を入れるバッグを取り入れたり、再利用できるプラスチック製ハンガーを使ったりするクリーニング店が増えている。東京・稲城市の「(有)ドライクリーニング巴屋」もその一つ。「ハンガーが家にたまるのがもったいない」と考える人たちにありがたがられている。

(文中敬称略)

クリーニング業

「(有)ドライクリーニング巴屋」

東京都稲城市大丸124

店長 奈良部 光由(69)

電話 042 - 377 - 6143

営業時間 7 ~ 20時

(定休は日曜、祭日)

店に入ると、名札を差し込んだ黒い大きなバッグがぶら下がっているのが目に付く。店主の奈良部は、「洗濯物を持ってきたお客さんの“マイバッグ”です。出来上がったらこのバッグで、お客様にお返しします」と言う。

巴屋では、このバッグで品物を引き取った客に、スタンプ1個をサービスしている。スタンプは売り上げ100円で1個、75個で、500円相当の家庭用洗剤

や布巾、または店で利用できる500円の金券と交換できる。

「マイバッグ」は店でも200円で売っている。バッグは持参でも構わない。いまは利用者の約4割が利用しているという。

バッグがない客には、使い捨てのポリエチレン製の袋に入れて品物を渡すが、ポリ袋のコストは、一枚10数円~40円。コスト以上に、使用後にゴミとなるポリ袋の使用を少しでも控えようと、奈良部が「マイバッグ」制を始めた。

バッグは、東京都クリーニング生活衛生同業組合(都組合)が製作したもので、2001年11月に加盟店に売り出された。巴屋ではこの1年で200~300枚が売れた。お得意さんには、別に150枚を配った。組合によると、2002年12月までの約1年で、都内のクリーニング店に約



店内に吊るされたマイバッグ(左)とハンガー回収箱(右)

5万枚が出回った。

丈夫な不織布にコーティングをしたバッグは、横60.5cm、縦51cm。スーツも、二つに折りたためば、2、3着は入る。

「衣替えのシーズンには特に



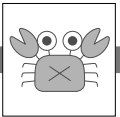
マイバッグ制やハンガー回収制を編み出した店主の奈良部さん

利用が多くなります。たくさんの衣類を運ぶのに便利ですね」と奈良部。

宅配も行う巴屋では、不在宅への宅配の場合、希望する客にバッグを使う。不透明なので他人に見られる心配もなく、ドアノブにかけておくのに便利だ。

環境を意識してマイバッグの普及に努める一方、巴屋では数年前、ハンガーも針金製からプラスチック製に替えた上で、そのプラスチック製の再利用システムを導入した。

プラスチック製は、客から回収すると消毒して再利用する。回収を促すため、ここでもハンガー10本でスタンプ1個をサービス。再利用できない針金ハンガーは家にたまりがちだが、プラスチック製なら再利用ができると、奈良部がこの制度を考えついた。



接客中の奈良部由紀子さん

「プラスチック製は、変形、破損していて、廃棄しなければならないものでも受け取ります。お客さんにこの制度の意味を理解してもらうためのサービスです」と、店で働く奈良部の長女、中田智子は言う。

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会（全ク連）が2002年1月に5000業者を対象に行った調査（有効回答3041人）によると、8割の業者が、客からハンガーの回収を頼まれるケースが増えたという。

ただ、プラスチック製であっても回収率は高くない。全ク連の2001年の消費者調査（対象1678人）でも、回収されているのは3割に過ぎなかった。さらにプラスチック製は、コストが針金製の2、3倍。導入そのものをためらう業者も多い。

組合によると、マイバッグ制も状況は似ている。好評である反面、「面倒くさい」と導入を控える業者も多いようだ。

「上手な使い方をお客さんに丁寧にお伝えして協力してもらえば、この方が便利だと感謝されます」と、中田は言う。

しかし、コスト面では、バッグの利用者とハンガー10本の持参者にそれぞれスタンプを1

個サービスするのでは、採算が合わない、ともいう。使い捨てを減らそうとしている店の姿勢を理解してもらい、客が増えることを望むしかない。

店内には、こうした考え方を説明する貼り紙があった。

「関心がある人には読んでもらえます」と、次女の奈良部由紀子が説明する。

巴屋は、南部線稲城長沼駅周辺で最も古くからある、地元に根付いた店だ。智子の夫の中田昌孝がクリーニング師の資格をとり、店主の妻が経理を担当するなど、家族経営の店でもある。

店主が都組合副理事長を務めることもあって、環境対策に積極的な組合の姿勢が、そのまま経営に反映されているようだ。

環境対策のため、循環型社会形成基本法をはじめ、容器包装リサイクル法、食品リサイクル法、建設資材リサイクル法、家電リサイクル法など廃棄物関係法が制定された。

クリーニング業は、クリーニングという役務の提供を業としていて、衣類が商品でないため、現行ではこの法律の適用外。しかし、業界では消費者や世論の

意識の変化にともなって、クリーニング業も今後対象になる時代が来ると予測している。

「行政からの要請、法制化があってから動くのではなく、業界としての対応を前もって準備しておく必要がある」と、全ク連の金子征実事務局長は語る。

全ク連では、クリーニング店からゴミとなるものを家庭に一切持ち出さないことを目標に、ハンガーや包装材が不要のゲームメントバッグや折りたたみ式ボックスなど、様々なシステムを考案し、業界に提案している。

しかし、大半の店では、包装材やハンガーのシステムが定着しているため、新しいシステムへの移行については「否定的ではないにしても、現実的ではない」という意見も少なくない。

持続可能な社会を目指し、市場メカニズムとの両立を図りながら、業界の積極的な取り組みが求められる。

訂正 本誌11月号「お店探訪・和美容室」の記事中、3頁「...区の美容利用券はここでも利用されている」の部分を「...区の美容利用券は出張美容で利用されている」に訂正します。同店では区の利用券を店内では利用していません。

私のお気に入り

最低でも一度は、巴屋さんを利用しています。お姉さんたちの感じが良く、洗濯ものの仕上がりがとてもいいことももちろんですが、ゴミがでないように取り組んでいるお店であることも気に入っている点です。包装用のポリ袋やハンガーは家にたまってしまっていて、もったいないと思っていましたので、そうした話をしていました。『マイバッグ』も、衣替えのシーズンには自宅から洗濯物を運ぶのにも助かっています」



理容師
和知 幸子さん

「近所で理髪店をやっているのですが、もう十年以上も、週に

時 話 題

《第1期生のカリキュラム》（2002年10月）

月	火	水	木	金	土	日
30	1	2	3	4	5	6
入学式	基礎学習	基礎学習	基礎学習	基礎学習	休 校	休 校
7	8	9	10	11	12	13
講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	休 校	休 校
14	15	16	17	18	19	20
講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	休 校	休 校
21	22	23	24	25	26	27
講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	休 校	休 校
28	29	30	31	1		
講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ	講習実技 コブ・カツ・タタキ・揚げ		

（11ページより続く）

「ラーメン」が四か月で六百万食という大ヒットに。それを目の当たりにした加藤会長が「これでいける」と、「ラーメン寺子屋」の店主育成事業を思い立ったという。

卒業ラーメン「販売」

さくら通りの一角にある「らめん寺子屋」を昨年十二月十

九日の昼過ぎ、訪れた。「第一回卒業記念・創作ラーメン試食会」と銘打ったイベントを取材のためだ。

「らっしやい！」

店の奥から威勢のいい声がかかる。すでに席は満杯だ。

五人の生徒たちが白衣に前掛け姿で忙しく立ち働いている。

生徒といっても、十九から六十二歳までとまちまち。脱サラあ

り、定年退職後の第二の人生として、あるいはすでに

空き店舗対策事業として

四期生まで予約

“行列ができるラーメン店”を経営しているが、再修業のつもりで——と受講の動機もさまざま。

入ってすぐに腰高のカウンターがあり、十に満たない席が横一列に並ぶ。カウンターの向こうはコンクリート床で、左三分の一が長机を並べた講義スペース、残り三分の二が調理コーナーだ。この日は三か月間続けてきた講義、実習の総仕

上げである「創作ラーメン試食会」の二日目。五日間、生徒一人の創作ラーメン一品だけがお客に供される。

この日もお客さんが多いのを見越して、講義用の長机が中央に寄せられ、八人ほどの客席に早替わりしていた。

この日の「卒業ラーメン」は、麺がシコシコした昔風さつぱりしょう油ラーメン。飛び切りとまではいかないが、機会があればこの製作者の店を訪れて注文

したい味だった。

お代を払おうと千円札を出したら、レジ担当

満席

の若い生徒が「料金はお客さんが決めてください」。

「じゃあ千円」と言うと、生徒とお客の間から小さな歓声が上がった。

「千円は、今日初めて」とレジの生徒がにっこり。

レジそばの白板に、この日のお客の支払い状況が書きこまれてあった。開店から二時間経過しての数字だが、合計三十九人が「卒業ラーメン」を味わっていた。もっとも多いのが五百円

の値をつけた十七人。

「がんばってください」と店の奥に声を掛けると、「まいど！」の合唱の音が返ってきた。

不動産業も興味示す

卒業生たちは、どこに店を持つと自由で、同市内で開店する場合は、市の制度融資を受けられる。とはいえ、一期生五人のうち二人は、商店会の中で開業するという。

同商店会の加藤会長は「安く手軽なラーメンは、世相に最も合っている。全期が終わるころには、今ある十二の空き店舗が、すべてラーメン店になっていても不思議ではない。札幌の『ラーメン横丁』のようなのが、ここにも生まれ、松戸の名所になれば」と話している。「それに、『寺子屋』がテレビ、新聞に報じられてから、不動産屋が興味を示し、空き店舗を居酒屋にという話も舞い込んでいる」と、相乗効果に大いに気を良くしている。

受講の申し込み、問い合わせは、同市商工観光課（047・366・7327）へ。

らーめん寺子屋

空き店舗が目立つ商店会をラーメン店で埋めて活気を取り戻そうと、千葉県松戸市の「五香さくら通り商店会」(加藤銀治会長)がラーメン店主育成事業を始めて4か月余り。「らーめん寺子屋」と名付けた育成道場では、一期生五人が昨年十二月下旬、卒業式を終えて元気に巣立っていった。



④お客の前で「卒業記念ラーメン」を作る生徒たち⑤「らーめん寺子屋」の店先。高校生二人が店先で順番を待っていた。



新京成電鉄五香駅の西口にある同商店会は、「商店街の空洞化」という全国傾向に漏れず、約六十店のうち十二店が空き店舗になっている。商店会で対策を検討した結果、日本人が最も好む食べ物の一つ、ラーメンの店で埋めようという話が持ち上がった。同市が進める商店街空

「あなたもラーメン店主に」

松戸の商店会が開校

き店舗対策事業の一つとして、同商店会が企画した。同市商工観光課も運営に全面的に協力している。

3か月間、月謝60万円

校長は同商店会の加藤会長が務める。ラーメン作りや食材の仕入れ、店内のレイアウトなどは、同商店会で人気ラーメン店

「一三湯麺(かずさんとんみん)」

を経営する松井一之さん(47)が指

導。松井さんは十二年間にわたって麺の開発に携わり、一昨年末には明星食品(株)から発売され大ヒットした即席麺「濃厚とる塩ラーメン」の製作者の一人。

講師陣にはこのほか、同市商工観光課や松戸商工会議所の職員も加わり、開店資金の借り入れや経理、税務申告、人を雇うための基本などを教える。

入学金と三か月の月謝は計六十万円。「高いか安いかはその人の判断次第」と松戸市市民環境本部の鰐部博明主査は話す。そばで「それに、夢もついてくる」と加藤会長。

第一期生たちは、麺の打ち方から接客、経理まで開業に必要な一切を三か月でみっちり仕込まれる。朝の8時から深夜まで、出汁(だし)のとり方を教わったり、自分なりの味を工夫したりで、泊りがけになることもあったという。

振興策に知恵絞る

開校したのは昨年9月末のこと。二〇〇五年までに十期のコース(定員7人)を計画しており、第四期まで満席という盛況だ。「寺子屋」の店舗家賃は商店会が支払い、生徒からの授業料計三百万円と、商店会のほか市、千葉県からそれぞれ百五十万円の公的補助を受けて運営している。

同商店会による育成事業の手始めは、店ごとに目玉商品を考えてPRしていく「一店一品運動」。この運動で、ばらばらだった商店会がまとまり、元気が出てきた(加藤会長の話)という。

そうしたおり、「一三湯麺」の松井さんが県内他店の三店主と共同開発した「濃厚とる塩ラ

(10ページに続く)

建築物における衛生的環境の確保に関する法律

(略称：建築物衛生法) 関連政省令の改正について

「特定建築物の範囲の見直し」や「建築物環境衛生管理基準の見直し」等を主な内容とした建築物衛生法関連政省令の改正が行われました。

改正政省令の施行期日：平成15年4月1日

主な改正点：

1. 特定建築物における「10%除外規定」の撤廃
2. 空気調和設備及び機械換気設備における「中央管理方式」の限定解除
3. 「ホルムアルデヒドの量」の建築物環境衛生管理基準への追加
4. 空気調和設備における「病原体による汚染」の防止対策の強化
5. 建築物環境衛生管理基準の適用を受ける「飲料水」の範囲の明確化
6. 雑用水規定の新設
7. ねずみ等の防除方法等の見直し

1. 特定建築物における「10%除外規定」の撤廃

特定建築物の範囲が見直され、特定用途が占める延べ床面積が3,000m²以上（学校の場合は8,000m²以上）であれば、特定用途以外の用途が占める延べ床面積の大小に関わらず、特定建築物として本法が適用されることになりました。

2. 空気調和設備及び機械換気設備における「中央管理方式」の限定解除

空気調和設備及び機械換気設備については、中央管理方式・各室個別管理方式の別を問わ

ず、建築物衛生法に規定する「建築物環境衛生管理基準（以下、維持管理基準という。）」が適用されることになりました。

ア．機械換気設備・・・外気を導入して空気を浄化し、流量を調節して供給することができる設備（例：換気扇）

イ．空気調和設備・・・機械換気設備の機能に加え、温度・湿度を調節して供給することができる設備（例：ビルマルチエアコン）

3. 「ホルムアルデヒドの量」の建築物環境衛生管理基準への追加

特定建築物において、機械換気設備又は空気調和設備を用いて空気を供給する場合は、「居室内空気のホルムアルデヒドの量が0.08ppm以下になる」ように供給することという維持管理基準が新たに設けられました。

また、この維持管理基準を満たしているかどうかを確認するため、以下の条件で、ホルムアルデヒドの量を測定することが、当該建築物の所有者等に義務づけられました。

ア．特定建築物の建築、大規模の修繕・模様替等を行った際に測定すること

イ．測定時期は、特定建築物の建築、大規模の修繕・模様替等を行い、その使用を開始した日以後最初に訪れる6月1日から9月30日までの間とすること

ウ．測定は、DNPH-HPLC法により測定する機器、AHMT法により測定する機器又は厚生労働大臣が別に指定する測定器により測定すること

4. 空気調和設備における「病原体による汚染」の防止対策の強化

空気調和設備を設置している場合は、レジオ

ネラ属菌等による室内空気汚染を防止するために、以下の措置等が追加されました。

- ア．冷却塔及び加湿装置に供給する水は、水道水を使用すること
- イ．冷却塔、冷却水、加湿装置及び排水受けの汚れの状況等を空気調和設備の使用開始時及び使用期間中の1か月以内毎に1回、定期的に点検し、必要に応じて清掃を行うこと
- ウ．冷却塔、冷却水の水管及び加湿装置の清掃を1年以内毎に1回、定期的に行うこと

5．建築物環境衛生管理基準の適用を受ける「飲料水」の範囲の明確化

これまでは、飲用目的で供給される水に限り、「飲料水」としての維持管理基準が適用されていましたが、「飲料水」の範囲が明確化され、飲用目的で供給される水以外にも、給湯水やシャワー水などには、同様の維持管理基準が適用されることになりました。

6．雑用水規定の新設

清掃用の水や水洗便所用水などに雨水や下水処理水を用いる場合には、人体への健康被害が生じないように以下の維持管理基準が新設されました。

- ア．給水栓における遊離残留塩素濃度を0.1ppm以上に保持すること（供給する雑用水が病原生物に著しく汚染される恐れがある場合等は0.2ppm以上）
- イ．雑用水槽の点検等、水の汚染を防止するための措置を講ずること
- ウ．散水、修景（観覧用の滝や噴水等）、清掃に用いる雑用水は、し尿を含む水を用いず、かつ、pH値、臭気、外観、大腸菌群、

濁度について、維持管理基準を満たすこと
エ．水洗便所に用いる雑用水は、pH値、臭気、外観、大腸菌群について、維持管理基準を満たすこと

オ．遊離残留塩素濃度、pH値、臭気、外観については、7日以内毎に1回、大腸菌群、濁度については、2か月以内毎に1回、定期検査を実施すること

カ．供給する雑用水が人の健康を害する恐れがあると知った場合は、直ちに供給を停止し、その雑用水を使用しないよう関係者に知らせること

7．ねずみ等の防除方法等の見直し

特定建築物における清掃やねずみ等の防除方法について、これまでは「日常行う清掃のほか、清掃及びねずみ等の防除を6か月以内毎に1回、定期的かつ統一的行うこと」とされてきましたが、日常行う清掃と6か月に1回の清掃の明確化、ねずみ等の防除における生息状況調査の導入、ねずみ等の防除に殺虫剤等を用いる場合の人体への安全性の担保、等を目的とした見直しが行われました。

- ア．日常行う清掃のほか、大掃除を6か月以内毎に1回、定期的に、統一的行うこと
- イ．ねずみ等の発生場所、生息場所及び侵入経路等について、6か月以内毎に1回、定期的に、統一的に調査を実施し、調査結果に基づき、ねずみ等の発生を防止するため必要な措置を講ずること
- ウ．防除に使用する殺虫剤等は、薬事法上の製造販売の承認を得た医薬品又は医薬部外品を用いること

生活関連企業における価格動向調査結果

—— 生活関連企業の景気動向等調査から ——

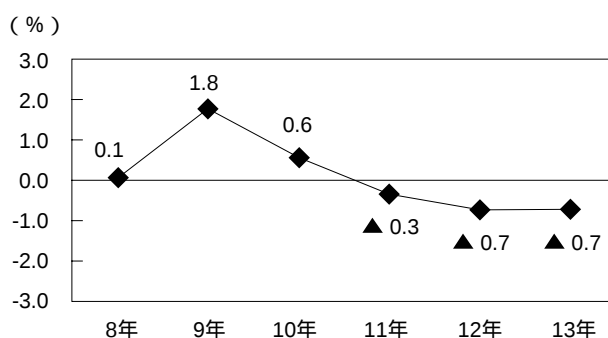
国民生活金融公庫 生活衛生企画部 調査課 杉山 孝一

生活関連企業の景気動向等調査は、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等を把握するため、四半期ごとに実施しているものです。今回は、14年7～9月期調査の特別調査として、価格の動向について調査を実施しましたので、その調査結果の一部をご紹介します。

生衛業をとりまくデフレ現象

物価の動向を表わす「全国消費者物価指数」（総務省）をみると、平成13年は対前年比▲0.7%となり、比較可能となった昭和46年以降初めて3年連続で前年を下回りました（図1）。政府は、平成11、12年と2年連続で物価が下落したことから、13年3月の月例経済報告において、「日本経済は緩やかなデフレにある」と正式に認めており、その傾向は現在まで続いています。

生活衛生関係業界においてもデフレ等の影響により低価格化が浸透しています。「平成13年度国民生活モニター調査」（内閣府）で、サービス分野において価格の下落が著しいと思われる上位10品目には、第1位「外食」第5位「宿泊代」第6位「クリーニング代」第7位「理容・美容代」が挙げられています。これらの価格の下落が著しい品目を取扱う生活衛生関係業界では、大手チェーン店を中心とした低価格商品・サービスの提供競争が激しく行われています。表1に掲げた事例はその一例です。そのなかの企業においても既存店売上が1年以上に渡って前年割れが続いたり、最新の決算予測で減収減益見通しとなるなど、大手チェーン店の低価格戦略にも不透明感が漂い始めています。



資料：総務省「全国消費者物価指数」

図1 消費者物価指数 対前年上昇率

表1 大手チェーン店の低価格商品・サービス例

業 種	企業名	商 号	内 容
外 食	日本マクドナルド	マクドナルド	ハンバーガー 80円→59円
	リンガーハット	リンガーハット	長崎ちゃんぽん 500円→380円
	松屋フーズ	松屋	牛丼並 400円→290円
	すかいらーく	ガスト	1品290円の低価格メニュー
	ワタミフードサービス	和民	1品280円の低価格メニュー
	吉野屋ディーアンドシー	吉野屋	牛丼並 400円→280円
ホテル 旅 館	東横イン	東横イン	食事なし 1泊4,700円から
	ワシントンホテル	R & B	食事なし 1泊5,000円から
	スーパーホテル	スーパーホテル	食事なし 1泊4,800円から
クリーニング	きょくとう	コインズ	Yシャツ 100円
理 容 美 容	キュービーハウス	QBハウス	カット10分 1,000円
	田谷	シャンプー	セルフブローのカット1,800円
	阪南理美容	ブラージュ	理容・美容ともにカット1,500円
	日島大和	ミスダンカン	カットのみ1,480円

価格の動向（調査結果）

これらの業種について今回実施した価格動向調査から1年前と比べた主な商品又はサービス価格の動向をみると、「低下」と回答した企業割合は、稼働率を高めるため同業者間で価格競争が激しい「ホテル・旅館業」が50.0%と最も高く、続いて、低価格外食チェーン店との競争から値下げで対抗せざるを得ない「飲食業」が26.8%、以下「クリーニング業」25.2%、「美容業」17.5%、「理容業」13.6%となっており、内閣府の調査と同様の傾向を示しています（図2）。

また、主な商品又はサービス価格が1年前と比べて低下したとする689社について価格低下の要因をみると、「消費者の低価格志向」が82.8%で第1位となっており、以下「低価格店の進出」が53.2%、「売上不振による価格の引き下げ」34.4%の順となっています。

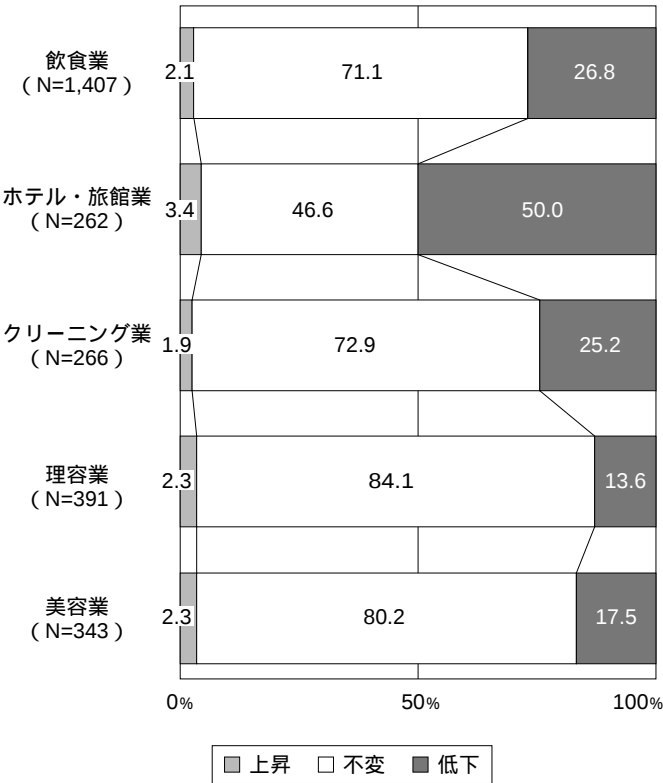


図2 価格の動向

特徴的な事例

この調査において低価格化の影響を受けている企業事例は表2のとおりです。消費者の低価格志向が広まり、大手チェーン店を中心に低価格競争が激しく行われているなかで、価格競争

とは一線を画し、独自のサービス提供に努めている企業もみられ、デフレに負けない工夫が求められています。

表2 低価格化の影響を受けている企業事例

業 種	地 域	事 例
飲食業	大阪府	消費者の低価格志向と客単価の低下は当面続くと思われ、この傾向に対応するため、ランチの改善・宴会客確保に力を入れサービス面の強化を図っている。
ホテル・旅館業	群馬県	客単価の低下を補うためウィークデーの稼働率を上げる取り組みを行い、全体として売上を何とか維持している。
クリーニング業	徳島県	夏季の白物衣料は低価格店に流れて厳しかったが、秋物衣料は客単価上昇が見込めるので、年間を通すと現状維持が精一杯の状況である。
理容業	熊本県	2,000円以下の低価格店が顕在化し、また、調髪サイクルの長期化が定着しているが、エステを取り入れるなどサービス面の充実に積極的に取り組んだ効果があり、何とか現状を維持している。
美容業	宮崎県	固定客の来店サイクルが長期化し、パーマ客やカット客の減少に加えて、新規開業や低価格店の相次ぐ出店等、顧客数の減少と客単価の低下により業況は悪化傾向にある。

賃貸住宅契約のトラブル防止のために

全国消費生活相談員協会消費生活専門相談員 白土 美代子

新しい年を迎え、この春から進学や就職、転職などの機会に部屋を借りて新しい生活を始める人たちがいらっしゃるかと思います。

賃貸住宅は、契約をすると何年かはそこで生活することになります。レンタル契約のように1回限りの契約であれば「今回は我慢するか」で済みますが、賃貸借契約では、一定期間そこで生活するわけですから、「今回は・・・」となってしまうのではないのでしょうか。

賃貸借契約では、入居から退居までの間、様々な使用上の問題や金銭上のトラブルが発生することがあります。

契約形態も建物の所有者である大家さんと直接賃貸借契約を取り交わす形態の他に、建物の管理や契約事務処理が管理会社に委託されていて大家さんと借主は接触が無い形態や、建物の所有者と借主の間に転貸業者が介在するもの等多様化しています。

そういう中で、近年、賃貸住宅の退居時における原状回復について、その範囲や費用負担を巡ってトラブルになってしまった案件が、消費者相談として多く寄せられています。

例えば「アパートを引払うため敷金を清算したところ、2ヶ月分(計18万円)預けてあった敷金では足りなくて、あと3

万円を請求されてしまいました。畳、壁紙等、傷を付けないよう気を遣っていただけに納得できません。」というものもありました。

そこで、皆さんも賃貸住宅の契約から退居までのチェックポイントを知ることがトラブルの未然防止につながるのではないのでしょうか。

1 物件を探す - 不動産業者を選ぶポイント

CHECK 1

業者の免許番号を確認

店内の「事業票」で免許番号をチェックします。

宅地・建物の賃貸の代理・媒介を業として行うには宅地建物取引業法に基づき宅地建物取引業の免許が必要です。免許には2種類あります。2つ以上の都道府県にわたり事務所を設置して宅地建物取引業を営む場合には国土交通大臣の免許、一つの都道府県の区域内にのみ事務所を設置して宅地建物取引業を営む場合には当該都道府県知事の免許が必要で、法律では必ず店内に業者票を掲げることになっています。免許は5年ごとに更新され、更新されるごとに数字が1つずつ増えていきますので登録して何年になるかの目安になります。

CHECK 2

「事業者名簿」の閲覧

事業者名簿とは、不動産業者が免許を取得または更新する際に、都道府県庁に提出する書類一式のことです。調べたい業者の免許番号を控えて、その業者が業務を行っている都道府県の担当部署に行き閲覧申請をすれば、その業者の名簿を閲覧させてくれます。名簿には、役員、政令に定める使用人、過去の処分歴等が記載されていますから、信用を判断する一つの目安になります。

CHECK 3

契約を急がせる業者や現地の案内をきちんとしない業者

「物件を押さえておくために、とりあえずいくら入れてください」などと、申込金等を要求されることがあります。宅建業法では、申込金、手付金等、名目の如何を問わず、契約前に業者が受取る金銭はすべて「預かり金」とみなされ、契約が成立しない場合は返還を拒んではないこととなっています。

また、非常に条件の良い広告を出していたのに、問い合わせると、その物件の案内もせず、「止めた方がいい」と他の物件をむやみに勧める業者はいわゆる「おとり広告」をしている可能性もありますので注意した方が良いでしょう。

CHECK 4

業者の規模は信用と関係はありません

規模と信用は関係ありません。小さくても長年その土地で営業してきており、地元の大家さんから多くの物件の仲介を任されている信用のおける中小業者も多いのです。

2 契約を結ぶとき

契約の段取りは、宅地建物取引主任者によって取引の判断となる重要な情報を書面を交付して説明することを義務付けています。これは専門的知識が少ない借主自身が契約前に調査するのは難しいからです。

この重要事項説明書には賃貸住宅契約書に書かれていない住宅利用上の制約が記載されている場合があります、後で契約の一部としての効力が認められることもあり得るので注意が必要です。この契約書は詳しくは詳しいほど当事者間の権利・義務がはっきりして、後のトラブルを防止するのに役立つのですが、賃貸住宅に関する限り詳しい契約書であればあるほど借主側に不利益な条項が書かれていることが多いようです。分かりにくい内容については不動産会社の人に納得いくまで説明してもらいましょう。

特に、契約の更新時に家賃とは別に更新料を支払うケースが多いようです。その場合、その旨契約書に明記されているのが普通です。記載されていれば支

払わなければなりません。借主と貸主の合意によって賃貸借契約は成立します。十分に理解することが大切です。

敷金と保証金は退居時に返還されるという観点から同一視され、権利金と礼金は返還されないことから同一視されています。

契約を結ぶ際に、敷金、保証金、権利金、あるいは礼金等の金銭の授受があります。

敷金は、借主の債務を担保する目的で貸主に提供する預け金のことです。家賃の不払いや賃借物に損害を与えた時に補填されるもので退去時に債務が残っていなければ全額返金されます。

権利金は賃料の一括前払い的性格のもので退去時には返還されません。

礼金は法的根拠はなく、経済的な慣行です。一度払ったら返還されません。

3 賃貸住宅を退居するときの注意点

賃貸借契約が終了すれば、借主は建物を明け渡さなければなりません。このときに借主は建物を元の状態に戻す義務があります。これを原状回復義務と言います。

原状回復の範囲は物件に改造などを加えた場合や通常の使用を超える損耗の場合、さらには

手入れ不良でかびなどの発生した場合などがあります。

原状回復については貸主と借主とでは利害が相反する立場にあり、建物の使用状況を巡り、とかくトラブルになりがちです。原状回復をめぐるトラブルの未然防止と円滑な解決を目指し、不動産適正取引推進機構では、1998年3月「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」と題した小冊子を発行しています。

法律的強制力はありませんが、原状回復の考え方について参考になります。

このトラブルを防ぐために、入居時に借主、貸主立会いのもとに、写真を撮るなどして、使用開始時の損耗状況を記録しておき、明渡し時の物件の点検には両者が立ち合って原状回復部分と自然損耗部分の区別を明確にさせることも一つの方法です。それでもトラブルが起きてしまったら、双方で良く話し合うことですが、当事者間で解決が難しい場合は民事調停や少額訴訟制度を利用してみるのも良いと思います。

不動産業者の方々も、「後々まで面倒見がいい」と言われるような、きめの細かいサービスを継続して地域顧客の信用を得よう努力していただきたいと思っています。

特相員だより——街の知恵、地域の心



時短、福祉美容にも心くだき / 信頼得て的確なアドバイスを

□岡山県美容生活衛生同業組合・特相員□

島谷 長宗

最近の美容業界は、カリスマ美容師ブームなどがあり、世代交代が盛んで、新規参入も増えています。一般業種で約20%なのに対し、この業種では40%に上るとされます。

時間がある度に組合員に電話して、融資、雇用労務の問題などについて相談を受けることにしています。特に美容業界は、労働時間の短縮が他業種に比べて非常に遅れていますので、改善できるよう力を注いでいます。

最近では融資が通らない方も増えてきています。過去あまりなかった例ですが、焦げ付きなどの事故が起きると他の組合員の方にも迷惑をかけます。そうならないよう情報を徹底的に集めて、片寄らない、的確なアドバイスを心がけています。

推薦状を書いた組合員が、融資を受けられることになり、感謝された時が一番うれしいです。

相談を受ける時は、とても慎重に行います。相談者が来られる時は、誰もいない時間帯を選び、秘密厳守を徹底しています。組合員に信頼されなければこの仕事は務まりませんから。

お客様がきれいになれば、幸せに、そして元気になります。心が豊かになり、安らかな気持ちで生活できます。家庭円満が第一です！

美容を通じて社会に貢献したいと思っています。高齢化社会に向けて、いつまでも女性に美しくあってほしいと願います。外見だけでなく心が元気になるよう、福祉美容にも力を入れていきたいと思っています。

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/>

温泉アドバイザーを養成

山形県村山保健所はこのほど、「温泉アドバイザー」養成研修会を二回にわたって開き、管内の温泉で働く従業員約百四十人が参加した。

温泉客に健康的な入浴法を助言する従業員を育てようというもので、前年度の試験的な試みを発展させ、今年は、客に供する食事、健康相談を通じて地域の健康づくりを進めようと、保健士、栄養士約三十人を対象とした研修会も行った。

衛生管理や入浴の効果についての説明のほか、旅館での食事メニュー上の注意点、入浴法などについて説明、最後に参加者に修了証が贈られた。

同保健所によると、普段聞けない話ばかりで参考になったという従業員らの声が多く、来年度以降も続ける計画という。

曾祖父の味ホルモンフライ

広島市の精肉店「もりおか」でこのほど、牛のホルモンフライ「牛じゃ!」が売り出され、酒の肴向きとして好評だ。

和牛のホルモンを揚げて塩味をほどこし、三十グラム入り三百三十円と百五十グラム入り千円の二種類に、最新作として豚のホルモンフライも投入した。

森岡産生専務が、曾祖父・佐市さん以来の店を継ぐに当たり、他店にない独自の商品を開発しようと考えたもの。もともと佐市さんが開発、森岡家に伝わっていた味だが、商品としては途絶えていた。

昔の味を知る親類の人たちに何度も試食してもらったの「復古版」発売にこぎつけた。しかし、産生さんは「中途半端なものは売れない」と、なお改良に取り組んでいる。

温泉水で日本酒醸造

長野県上山田町のホテル清風園と須坂市の遠藤酒造場が協力して、温泉水で仕込んだ日本酒「大地球」を開発、ホテルで発売を始めた。七百二十ミリリットル入りで本醸造千五百円、生原酒千四百円、どぶろく風千三百円の三種、七千五百本を用意した。

清風園では、料理にも温泉水を利用して、日本酒造りにも応用しようと共同開発に踏み切った。温泉水は、地下七百メートルからくみ上げた、強いアルカリ性分、米は県産の白樺錦を使用。仕込んで一か月ほどで順調に仕上がり、「やや甘口でしなやかな味になった」という。

地球から恵んでもらった温泉水に感謝する気持ちを込めたという飯島社長は、売れ行きを見て一般の酒店でも販売したいという。

そば食べ歩きラリー

埼玉県秩父の「秩父そばの会」(関根啓三会長、加盟二十店)が九九年に始めたスタンプラリーが、間もなく満四年を迎える。

そばの会は、三百年の伝統を誇る「秩父のそば」が、以外に知られていないため、「全国区」をめざして、九八年に発足。ラリーは、加盟店で食事や買い物をする、各店のスタンプがもらえ、二年以内に十八店のスタンプを集めると、加盟店で一年間使える三千円分の商品券がもらえるもの。

関根会長によると、これまでに約二百人がラリーを達成。「サービスの経費がおいつかない」と、うれしい悲鳴を上げているが、当面継続するという。

ラリーの詳しい情報は、同会のホームページ。(URL: <http://soba-ya.co.jp/csa/index.htm>)

岡山県生活衛生営業指導センター

宝蔵 史朗・専務理事に聞く

岡山市表町 2-6-37

理事長 眞田 悦子氏

専務理事 宝蔵 史朗氏

職員数 5人

(うち経営指導員3人)

岡山県は、中国・四国の交通の要衝にあり、当センターは、情報発信基地として「ハート・アクティブおかやま—活力に満ち心の通う郷土づくり—」を目指しています。1983年4月に発足、13生衛業種組合、組合員6,579人(2002年3月現在)です。全国唯一の女性理事長のもと、減少傾向にある組合員数問題や、後継者問題などで、誠実なアドバイスを心掛けています。2001年8月にホームページを開設、ビデオや本のライブラリーも設けました。生衛営業の発展、消費者の環境の向上、地域づくりに寄与するため、各組合が協力しています。

■ 経営相談・指導事業

生衛各業種は、経営の工夫、消費者ニーズに合った商品開発と広報が求められています。

センターでは、経営指導員が、施設の新設や改築などに伴う経営、設備資金貸付、営業開設にかかわる相談指導を、各地の経営特別相談員は、経営、金融、税務、経理、衛生、後継者対策などに関する相談や助言、振興貸付、一般貸付、小企業等設備改善資金貸付などの相談や助言を行っています。



眞田理事長(左)と宝蔵専務理事

相談は、2000年度577件1,731項目、2001年度529件1,685項目でした。2001年度の項目別では、金融320項目で、全体の18%、税務・経理368項目20%前後、衛生252項目16%、経営288項目17%です。厳しい



広報紙「生活衛生おかやま」

経済環境の中、各事業者は工夫して経営しています。

■ 融資相談事業

一般貸付申し込みは、2000年度129件、2001年度391件。業種別には各年度では、飲食業96件、158件、美容業12件、29件、理容業10件、20件です。

一般貸付の斡旋は、センターが直接受けています。生衛業一般貸付申込申請業務は、2001

年度からは融資推薦書発行業務を行っています。発行は、2001年度106件。申請は、飲食業の新規開業などが多く57%でした。次いで美容業理容業が13%と少なくなっています。

■ 衛生環境激変対策特別融資

牛海綿状脳症は、飲食業、食肉販売業などに大きな影響を与えました。運転資金確保のため、2002年10月末までの生衛業特別融資の申し込みは67件、総申し込み額58,700万円で、制度が十分に活用されました。激変特別貸し付けは、新規申し込みだけ扱っており、他は各生衛同業組合が推薦しています。

■ 税務相談事業

税理士を顧問に、可能な限り申し出者の都合に合わせて相談が受けられるようにしています。毎年5～10件程度です。

■ 経営診断事業

毎年6件程度です。経営刷新、後継者問題などについて、業者からの要望に応えるため、中小

女性理事長先頭に、地域づくりに多様な試み



岡山生活衛生営業指導センターのオフィス

企業診断士に委嘱して指導・助言を行っています。業界は、業種、規模、立地条件などが多様で、大規模店舗の進出による競争の激しい地区も多く、厳しい経営環境の中にあります。

■ 小企業等設備改善資金特別貸付審査事業

毎月、審査しています。件数は2001年度33件で、理容業、クリーニング業、飲食業、喫茶飲食業、社交料飲業などが多く、この3年間は大きな変化はみられません。

■ 標準営業約款

登録者数は2002年3月末現在2,253件で、理容業1,203件、美容業970件、クリーニング業80件です。登録数は、全体的に減少傾向にあります。このため、関係組合、県市町村を通じてSマークの普及、登録推進の広報に努めています。

■ 生衛業活性化促進事業

生衛業者は、地域の活性化を

図るため、生活圏単位のまちおこし育成を支援しています。最近では、岡山後楽園の「築庭300年記念元旦市」、ゴールデンウィークには、ロング巻寿司への挑戦会、県北の冬を彩る温泉と郷土料理でもてなす鍋祭りなどに参加しました。

■ 情報機能整備事業

ホームページに組合情報を掲載。2001年度からは、経営企画ビデオも貸し出し、経営に役立ててもらっています。

■ 研修会・講習会

国民生活金融公庫担当者、税理士、中小企業診断士などを講師に、生活衛生営業経営特別相談員研修会を定期的に行っています。2002年度からは、当センターが、県の指定で経営特別相談員養成講習会を開き、新たに経営特別相談員を9人増やすことができました。

クリーニング師研修会・同業務従事者講習会を県内3か所で毎年実施しています。

■ 広報事業

センター広報紙「生活衛生おかやま」を夏冬、各7,000部発行、県の行政情報、当センター事業のお知らせ、生衛業種の活動状況などを掲載。税務相談ちらしを、組合、県機関や関係団体に提供、ホームページでも公開するよう努めています。

各組合の組合員加入促進のため、広報紙、ホームページなどの活用や、融資申込相談時などに組合加入を促しています。

■ 生活衛生営業振興助成補助金

生衛営業の振興を図り、地域の公衆衛生の向上、地域の活性化、消費者の利益に役立つ事業を各業種で行っています。

最近では、消費者の生活に関係する生衛業界への関心が高くなっており、次のような事業を行っています。

食品販売時に衛生知識の普及と表示の適正化推進 食品リサイクル対策研修 業種別消費者参加型地域イベントの開催と需要拡大情報収集 飲食業関係消費者意識の情報収集研修 社会福祉の増進を図る飲食業界の役割＝高齢者福祉需要開拓研修、高齢者障害者サービス提供研修 理容・美容技術研修、技術コンクールの実施

岡山県生活衛生営業指導センターのホームページ：<http://www.seiei.or.jp/okayama/>

犬鑑定団が行く

前回、狛犬は屋内に置かれる木造が中心の「神殿狛犬」と、屋外に置かれる石造りの「参道狛犬」の二つに大別できるということを書きました。

文化財として認定されている狛犬の多くは神殿狛犬です。参道狛犬は歴史が浅いためか、管理者である神

社でさえ「文化財」として

トルソー 狛犬と「先代」たち

の認識は一般に低いようです。

拝殿より奥にある狛犬を撮影するために、神主さんに許可を得ることがありますが、狛犬のことを訊ねても、たいていは「狛犬？ 気にしたことないですね」というような答えしか返ってきません。

しかし、狛犬ファンの多くは逆に、木造の神殿狛犬よりも、石造りの参道狛犬を愛しています。それはなぜか？

参道狛犬は参拝者からも無視され、そこに存在しているのに



栃木県の岩船山山頂にいるトルソー狛犬。神社が跡形もなくなった山の頂上に、今なおこうして生きている。



栃木県加國八幡神社の先代たち。参道には大正4年に建立された大きな狛犬がいて、社殿横の土の上に放置されている。

出雲系と呼ばれる、日本海側に多い狛犬は、砂岩質の石でできているため、脆く、百年もすればボロボロの姿になります。

目も鼻も分からなくなり、かろうじて「かつては狛犬だったらしい」と分かる程度に風化してしまったものもあります。私はこれを「トルソー狛犬」と呼んでいます。

トルソー狛犬は価値がないのか？ いえ、決してそんなことはなく、目鼻がなくなること

一種の神々しさを帯びるものもあります。風化の度合いに従って、「何か

別のもの」に変身していくと考えることもできます。その姿に「形あるものが次第に消滅していく運命」を思い、哲学的な気分に浸るのも、狛犬道のひとつ

でしょう。

トルソー化していなくても、新しい狛犬が建立されたことでお役ご免にされる狛犬もいます。狛犬研究家の三遊亭円丈師匠は、落語家らしく、これを「先代」と呼んでいます。

先代の扱われ方は様々です。一、今まで通りの場所に残され、単純に狛犬が増えていく

二、台座から下ろされ、境内の隅にひっそり置かれる

三、完全に廃棄されてしまう

残念なことですが、実は三のケースがいちばん多いのだと思います。どれだけの名品が今まで処分されてしまったことがか。

狛犬ファンにとっては「江戸の逸品」でも、興味のない人には「ただの粗大ゴミ」なんですよ。仏像などと違って、簡単に壊され、捨てられていくのです。そうなる前に神社関係者や氏子たちに狛犬への興味を喚起させることや、写真に収めて存在証拠を残すことも大切なことだと思っています。

■ 狛犬鑑定団WEBサイト
<http://komainu.net>

(狛犬鑑定団団長・鐸木能光)

贈答前に出すはがきの心遣い

最近、ある人から収穫したばかりの野菜が、段ボール箱いっぱい送られてきた。送り主は、以前取材した相手。ダイコンにニンジン、たまねぎに白菜など、新鮮な野菜はおいしかったものの、夫婦二人で、しかも共働きの家庭には多すぎた。

おすそ分けしようにも、隣近所も共働きで、顔を合わせる機会がない。むだにならないように、さまざまな料理をしたが、結局使い切れず、腐らせてしまったものもあって、なんだか申し訳ない気分になった。

こんな経験をする、贈り物というのは、改めて難しいものだと思ってしまう。「自分の贈り物が本当に喜ばれているか」などと、時々分からなくなることがある。

日本は何かのお礼やお中元にお歳暮、結婚、入学、卒業など、物を贈ったり贈

られたりという習慣が、まだまだ根深いだけに悩みも深い。物のない時代なら、贈る物があったがたがられることが多かったし、おすそ分けだって喜ばれたはずだ。

ところが、物あまりの時

最近マナー事情



代になり、デフレでなんでも安く手に入りやすくなると、贈ることのありがたみがだんだん薄れていくのも事実だ。

昨年、新聞の「人生案内」にも、ご近所に分けている野菜が、迷惑だと思われるでいて悩んでいる主婦の相談

がでており、「確かに」とうなずいてしまった。

これからの時代、どういう工夫やマナーが必要なのか。

贈り物の選び方に定評があるエッセイストに話を聞いたところ、彼女は品物が到着するより前に必ず、はがきを一枚、贈る相手に書くそつだ。

「このたびは大変お世話になりました。心ばかりの品を別送いたしました」と季節のあいさつとともに、心を込めて書くという。そうすると、相手から必ずといっていいほどお礼の電話や手紙が来ると話してくれた。

「要は気持ちの問題。物にはあふれているのだから、あとは贈る理由や気持ちがどれだけ伝えられるかで、ありがたさだって変わってくるはず」という言葉に、思わずうなずいた。相手への気持ちはいつも忘れてはいけない。

(ジャーナリスト 山元 彩)

クレジットカード決済は 私たちにおまかせください！

48時間
早期決済

SUNBRIDGE Fund Systemは

クレジットカード加盟店様のカード売上代金が、原則48時間で指定口座に入金されるサービスです。

決済の48時間化

2 金融機関営業日以内に、貴店のご指定口座に入金いたします。

- ・安全なシステム運用
- ・設備投資不要
- ・事務の簡素化
- ・新規加盟取次

各大手企業との提携による信頼性
既存のクレジット決済端末機がご利用可能
加盟店売上報告書(日付別早期決済明細)を毎月郵送
クレジットカード会社への新規加盟をお取次

* 営業代理店も
募集しております。

お問い合わせ
ご相談は 0120-9-88148

クル ハヤイ 48時間

株式会社サンエイヂ
URL <http://www.sunage.co.jp>

〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-6-4
03-5251-3953 千代田ビル7F

季節の うつろい

東京・上野東照宮ぼたん苑 ▶
に咲く冬ぼたん



(財)全国生活衛生営業指導センター賛助会員
(50音順、1月25日現在)

アメリカンファミリー生命保険会社
〒163-0237 東京都新宿区西新宿2-6-1 新宿住友ビル37階

AIU 保険会社
〒130-8560 東京都墨田区錦糸1-2-4 AIG タワー

株式会社エレベータシステムズ
〒171-0021 東京都豊島区西池袋3-29-9

株式会社弘環
〒150-0031 東京都渋谷区桜丘町29-7 ミノリハウスB-1

株式会社サンエイヂ
〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-6-4 千代田ビル7階

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

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協会
〒102-0085 東京都千代田区六番町1 番町一番館ビル2階

菅原印刷株式会社
〒111-0051 東京都台東区蔵前3-15-1

第一生命保険相互会社
〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-13-1

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

中央法規出版株式会社
〒151-0053 東京都渋谷区代々木2-27-4

日本ハム株式会社
〒108-0074 東京都港区高輪3-25-23 京急第二ビル

日本標識株式会社
〒143-0011 東京都大田区大森本町2-4-9

編集後記

印刷した賀状は味気ないと思いつつ、今年も送り、送られた。宛名印刷も当たり前になったが、受け取った賀状を見してみる。宛名は毛筆か、ペン字か、印刷か——それで差出人の“たたずまい”が見える気がする。

その直前、たくさんのクリスマスカードをやり取りした。外国からのものは、大半が宛名シール。事務的だが、あまり気にならない。

賀状もこうなってくれば手間が省ける、と思いつつ、さて2004年はどうするか——おっと、鬼が笑い出す。(今)

生衛ジャーナル

1月号 平成15年1月発行 通巻338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 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。