

目次

巻頭言	1
特集 集え！情報発信サイトに	
お店探訪	2～7
センターにゆうす	
分煙徹底へ低利融資	8
局長表彰を行う大会・総会等開催予定	9
時の話題／ワイド版「おにぎり復権」	10～11
厚生労働省健康局から	
生衛関係施設数調べ	12～13
景気動向調査の概要	14～15
消費生活相談の現場から	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（2～7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。
- ☐ センターにゆうす（8～9ページ）
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。
- ☐ 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。
- ☐ 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！

今号の特集は「集え！情報発信サイトに」。年間テーマの“締め”として、このテーマを選んで「お店探訪」を試みた。NPO法人「深谷シネマ」、居酒屋「侍」、そして「阿部クリーニング商会」に共通するのは、地域との連携にこそ己の存在価値を見出している点だ。世はいまIT花盛り。ISDNだ、IP電話だと騒いでいるが、フロム・マウス・ツウ・マウス（口から口へ）という一見原始的な情報伝達手段に、なぜか人は安らぎを抱く。情報の“原点”が何かを考えさせられた。

夢と希望 無限のエネルギーの放出

潤いのあるまちづくりに寄与する為、地域の活性化に貢献しようという「志」ある21人のメンバーが2002年夏集まった。

今、自分が住んでいる町に誇りと愛情をもとう、そして、これから育つ子供達へ伝え、夢と希望を一生もちつづけられる人間が数多く交流できる場として『NPO法人 たてやま・海辺のまちづくり塾』が設立された。

どんなストレスも癒してくれる青い海、白い砂浜、冬でも花が咲き、きれいな空が望めるこの地域に目をじっとこらし、これを起爆剤にまちづくりのステージを考えてみた。

「海辺の自然体験を目玉にしたイベント」「南総里見八犬伝を使った文化的物づくり」「エコエネルギーを利用したライトアップ」「首都圏の子供達を対象とした農園」「さくらでいっぱい町」等、立案し既に海辺の自然体験では、スノーケリング、サンゴや海ホタルの鑑賞、沖の島探検隊を行ない、里見八犬伝にちなんだオリジナル腕時計や和風、絵はがきを作成。農園、さくら事業は深夜まで及ぶ議論の末に植えられた桜と共に、まちづくりの精神も成長させ次世代に伝え、住民の心にも波及し、地域の活性化へと繋がっていく事を願っている。

私の本業は、テナントビル、生損保代理店、レストラン等を経営している。

スタッフには、常に経営理念として「お客様の満足、笑顔をもって私達の仕事の喜びとしよう！」「利益の為ではなく本当にお客様の為に



NPO法人「たてやま・海辺のまちづくり塾」理事長

辰野 方哉

仕事をしよう！」「全国でも誇れる事業所になろう！」、そして事業の発展は、地域活性化の1つの要因であることを念頭に入れ一緒に会社の活性化を目指している。3つの業種は、それぞれ異業種ではあるが、3つとも同じ理念が必要とされる「心」である。

ある旅館へ行った際、入口を入るとスタッフは居るが「いらっしゃいませ」の

声もない、部屋へ入るとエアコンもテレビも100円を入れ1時間しか使えず、料理も海辺なのに干からびた刺身がテーブルに乗り、お風呂は掃除が行き届いておらず、朝スタッフに会っても「おはようございます」の死人のような声、清算をすると高い料金……極端ではあるが、このような事があてはまる事業所が多い。

これは、スタッフの責任でもあるが、自己啓発・自己研鑽をしていない事業主が多いという事である。自分の事ばかり第一に考えている事業主の事業は成功しない。地域が良くなり、やっと自分の事業にも波及してくるのである。

今後の課題は、ホスピタリティー溢れるまちづくりにむけ地域住民が積極的に活動し、心のこもった、心のかよい合う、人となりの向上をはかれれば、地域は、無限のエネルギーを放出できるに違いない。

私共の活動は、まだスタートしたばかり。事業もののび、潤いのある地域をつくる為には、まだまだやる事はたくさんある。

いつまでも、夢と希望を持ち続けられる人間に私もなりたい。

30年ぶりに甦った映画館で町に活気を！

お店探訪

いま、全国的に商店街にシャッターを閉めた店舗が増え、地域のなかに活気がなくなっている。埼玉県深谷市、深谷駅の近くにある仲町商店街もその一つだ。そこで深谷市は地域を活性化しようと、深谷TMO（タウン・マネジメント・オーガニゼーション）という補助事業を立ち上げた。その一環として、深谷市とNPO法人市民シアター・エフが手を組んで映画館を開いた。（文中敬称略）

NPO法人

「市民シアター・エフ」

埼玉県深谷市仲町2-25

代表 竹石 研二（55）

電話 048-551-4592

料金 一般1,000円、高校生900円、
中学生以下800円

定休日 火曜日

平成14年7月27日、商店街の空き店舗に映画館『深谷シネマ<チネ・フェリーチェ>』がオープンした。深谷駅から歩いて約5分のところにある。ここは深谷市が場所を提供し、NPO法人市民シアター・エフが運営する公設NPO運営の映画館。その代表を務める竹石は、映画会社で児童映画を制作していた経験がある。

「昔はどここの商店街にも映画



新しい町づくりに意欲を示す竹石代表

館がありました。私は映画の仕事にかかわっていたこともあって、自分なりに町に恩返しができることは映画かなと思ったわけです」

そう考えた竹石は、まだパワーを持続できる50歳のときに仕事をリタイヤし、商店街の空き店舗に事務所を構えて映画上映の活動を始めた。そのときに仲間たちに声をかけると、多くの人たちが集まってくれ、その後NPO法人を取得していまに至っている。

『深谷シネマ』がオープンする以前、洋品店のビルの一部を借りて映画を上映したことがある。約1年間そこで上映会を開いていたが、『愛染かつら』を上映したときに来たという人がいる。その人は60代後半の女性で、いまは亡くなられた母親を連れて観に来たという。『愛染かつら』は母親の世代の映画なので、とても喜んでいただと話す。

このとき、70・80・90代の人がたくさん来たという。年輩者は昔観た映画の中にいろいろな思い出をもっている。上映後、そんな思い出話がみんなの口から出て、そのとき竹石や若いスタッフたちは上映してよかったと思ったという。

『深谷シネマ』で最初に上映した作品は中国映画の『山の郵便配達』。この作品はそれまで東京の岩波ホールでしか上映されたことがなく、そこまで行けなかった人も多かったようで、800人以上が観に来た。『深谷シネマ』のようなミニシアターは作品の善し悪しが大きく左右されるため、作品選びは大変だ。それでも竹石をはじめとする関係者がお客の要望を考慮しながら、選りすぐって数々の名作を上映し、いまでは会員が2600人を超える。その会員のなかには、市内の人たちばかりではなく、近隣の市町村から足を運ぶ人たちも半数近くいる。

竹石は、これから1周年に向けていろいろな働きかけをしている。例えば、『深谷シネマ』に賛同してくれる企業に毎月チケットをまとめて買ってもらえるように交渉したり、週末に宣伝カーを出したり、市の広報誌でアピールしたり、商店街にチラシを作って配ったり……。

しかし、これまでの活動が不十分だったというわけではない。来館した人には次回上映作品のチラシやそれ以降の予告チラシと一緒に、スタンプカード



写真左が「深谷シネマ」入口(左側)、右は「50席の映画館」の表示がある入口の掲示板

と近くのラーメン店の100円引き券を渡す。このラーメン100円引き券が好評だ。竹石は、「映画館に来たお客さんがほかの店ともつながりながら商店街が賑わえばいいと、ラーメン店のご主人に協力してもらっています。このような形でいろいろな店と提携していければと思っているんです」と話す。

スタンプカードは、1回観るとスタンプを一つ押してもらい、それが7個たまると1回分が無料になるというもの。はじめて来館した女性は、スタンプカードのことを説明すると「えっ、そうなんですか。来る楽しみが一つ増えたわ」と、得した気分浸れたようだ。

前出の60代後半の女性は、これまで映画を観ようと思うと熊谷まで行っていたが、普段着では行けなかった。その点『深谷シネマ』は、歩いて気軽に来られるので楽しみにしているという。中高

年は映画を観なくなったといわれるが、映画館が近くにないことがその要因となっていないだろうか。

普段の日に『深谷シネマ』に来る人の多くは地元の中高年だ。一度利用した人が友達を誘って来るケースも多い。その人たちは自分たちの町に映画館があれば観たい作品がいっぱいあるのに…、と言っているようだ。

昔、町は駅前の商店街を中心に賑わっていた。ところが、いままでは大型スーパーのある新興住宅地域がその中心になってしまった。高齢者はそこまで行く手段を持たず、だんだんと内引きこもりがちになってしまうのも仕方ないことだろう。そこで高齢社会になったいま、高齢者も生き生きと暮らせる町づく

りが求められている。その意味で『深谷シネマ』は、年輩者たちの心のよりどころになり、生活に潤いを提供しているといえる。

その一方で、冬休み・春休み・夏休みの長期休暇中には、幼児・小中学生向けの作品も上映する予定だ。今年は冬休み明けに若者向けの『ピンポン』を上映して様子を見た。竹石は高校生の来館者が多いと思っていたところ、意外に中学生や小学生の家族連れが多かったという。今後は、子どもたちにも映画のよさを伝えていきたいとも話す。

映画館がなくなって30年、仲町商店街は『深谷シネマ』を核にして少しずつ動き始めた。これからは、商店街に集まって来る人たちがそこで食事をしたり、ショッピングを楽しめる店づくりが求められるだろう。竹石は「一つの店舗だけががんばってもだめです。お客さんは町全体のお客さんだという意識で取り組まなければいけません」と、みんなで新しい町づくりをしようと意欲的だ。



主婦 高橋美代子さん

「以前、洋品店のスペースを借りて上映していたときからのファンです。そのときは座布団を敷いて見るという、いかにもローカルな雰囲気が好きでした。その後のいまのようにになりましたが、こぢんまりした空間が好きで、友達や近所の人を誘って行きます。その人たちもいまでは常連になっています。」

主人も映画が好きで一緒に行きます。大きな映画館で観る新作もいいのですが、『深谷シネマ』では私たちが知らなかった昔の映画に出会えるので楽しみにしています。陽気のいい日はブラブラと歩いて行けるのも魅力的です。

3月は『宋家の三姉妹』と『アレクセイと泉』が上映されます。この二本の作品はマスコミでも話題になっていたの期待しています。町に映画館があるのはいいものですな」

私のお気に入り

街づくりには住民たちの連帯意識こそ

お店探訪

東京の下町、墨田区東向島。老朽化した平屋が軒を連ね、住人たちはお年寄りが多く、関東大震災クラスの地震が襲えば大惨事は避けられない。そんな危機感からスタートしたボランティア組織「区民消防隊」の隊長を33年間も続けている居酒屋店主がいる。さらに、交通の便の良さと家賃の安さから、アーティストなどの“ヤング新住民”の流入が目立っているが、彼らは積極的に街づくりにかかわるようになり、その“情報交換兼たまり場”として、ここ居酒屋「侍」に集う。(文中、敬称略)

居酒屋「侍」

東京都墨田区東向島

3-31-12

経営者 清水 豊三 (68)

電話 03-3611-0998

営業時間 17:00～

従業員 パートを含む4人

定休日なし

「侍」は子育て地蔵で知られる地蔵坂通り商店街の中ほどにある。365日、下町が暮色につつまれるころ、店先の提灯に灯りがともる。

店主・豊三は、今も「向島3丁目区民消防隊」の隊長だ。都が昭和45年に都内重点地域に650隊を発足させた「都民消火



【写真上】お客と談笑する豊三(右)とます子夫妻
【写真下】提灯の灯りがともる「侍」の店先



隊」時代からの話だから、もう33年になる。

「消防隊」の仕事は、地震の際に消防ポンプ車が入れない木造密集地帯の初期消火をし、避難路を確保してやることだ。そして近くの向島百花園で毎月1回、訓練を欠かさない。隊員はもちろんボランティアの地元住民で10人と少ないが、抜き打ち訓練で臨戦態勢を怠らない。

「いずれここに骨を埋めることになるだろうから、この街に何かを残して死にたい、そう思

ってね」と豊三は言葉少なに言う。

豊三は「応急手当普及員」の資格も取って、町内の防災イベントなどあらゆる機会を通じて応急手当の方法を町内の人たちに教えたりもしている。

豊三に負け

じと、女将のます子(63)も応急救護の上級を取り、女性としては墨田区初の「東京消防庁災害時支援リーダー」となった。

男ばかり3人の子どもたちは所帯を持ち、昨年4月、近くに建ったマンションにこぞって移り住んだ。

今、2人には新しい子どもたちができているから寂しくない、という。店にやってくる“新住民”アーティストたちだ。

「あの人たちは、ボロ屋の方がいいっていうんですよ。そこで、ちょっと気持ち悪い人形なんかといっしょに暮らしているんだよ」

おかあちゃん(と常連客は呼ぶ)、ます子は歯切れよくそう話す。

空き家を1軒ごと借りられる家賃の安さから、東向島、京島



若いアーティストたちが、改装した民家で地元住民と街づくりについて話し合った（2年前の「向島博覧会」で）



周辺に集まってきた絵画、陶芸、演劇などの若いアーティストのことを言っているのだ。ヨーロッパからやってきた都市計画を研究する留学生やアーティストたちもここへ移り住んできて交流している。

ほかに、阪神・淡路大地震をはさんで、都、区の行政サイドと連携して、大学で建築学や都市工学を学ぶ学生や教授、一級建築士などが地元の人たちとシンポジウムなどを通じて防災街づくりに取り組む。

こうした新住民や研究者が集まって、2000年秋、住民たちと連携した街おこしイベントを開催した。名付けて「向島博覧会」。種々の物産を展示・即売する、従来の博覧会のようなものではなく、住民参加型の多角的なお祭りイベントといった感覚でネーミングしたものだ。

例えばこんな具合だ――。

空家や空き地を利用したアート展、地元民の案内で街並みを歩くガイドツアー、向島を舞台とした映画作りと上映会、全国の街づくりグループとのシンポ

ジウム開催…。

彼らが行なう創作活動も、イベントに含まれる。家賃25,000円、大家さんから「自由に、家をどう使ってもいい」と

いうお墨付きをもらい、「かつてあった家族の痕跡」をもとめて老朽化した空家を復元する過程を公開し、庭に鉄のオブジェを置き、中に和紙製の作品や人形を配置する。

さらに、街角パフォーマンスも登場する。4のつく日は地蔵坂通り商店街の縁日に当たるが、“ボロ屋”に住む劇団員たちは夜、キツネの面をつけて路地を徘徊し、子どもたちを怖がらせた。

“変なもの”を展示・パフォーマンスする彼らに対して、最初はおっかなびっくりだった地元の人たちも、そのうち創作活動に手を貸しはじめ、やがて路地で宴会になることもあった。

こうして、いつの間にか「侍」が“たまり場兼情報交換の場”となった。

店には離れの座敷があるが、豊三・ます子夫婦はそこを会議の場に提供したり、ただで臨泊させたりすることもある。

ます子は、彼らにこう声をかける。「お金がない時は言っとくれ。1人1,500円の飲み放題、

持ちこみOKだからね」。手作りのコケモノ酒やザクロ酒、珍しい地酒をふるまうこともたびたびだ。

「それじゃあ足が出るじゃないですか」と問うと、「店にだれもいなくてシーンとしてるよりよっぽどいいじゃないか」とます子は屈託がない。

新住民たちはいろんなイベントを続け、彼らのホームページを通じてインターネット発信することでさらに若者たちを呼び込み、街に活気が戻ってきた。

そして、明日の街づくりに向かって住民たちが連帯意識を持ち始めた。

宵越しの銭は持たないが、豊三・ます子夫婦は着実に“財産”を子どもたちに残しつつあるようだ。

ガス工事会社社員

木嶋 克行さん(45)



「マスターとかあちゃんが好きだから、それだけ。今もって

独身だから、親代わりになってもらって、いろんなことを相談する。もちろん、かあちゃんは親身に相

私のお気に入り

談に乗ってくれる。

おれも向島消防署第3分団に所属している。やる事はマスターと同じ火を消すこと。消防の話は店ではしない。マスターとは気持ち

が通じているから。芸術家の卵たちと飲むのも面白いね。性格のいいやつが多い。彼らから家の改築のことで相談されると『ああ、いいよ』って手を貸しちゃう」

芸術家の卵たちと飲むのも面白いね。性格のいいやつが多い。彼らから家の改築のことで相談されると『ああ、いいよ』って手を貸しちゃう」

業界と消費者の意識向上を目指して

業界ばかりか消費者の意識向上のためセミナーを定期的開催したり、全国ワースト1だった千葉県手賀沼の水質浄化に向けた石けん利用普及運動を長年続けているクリーニング店主がいる。「皆さんに喜んでもらえることが即、私の喜びだから…」と控えめに語る店主は、交際の広さと持ち前の遊び心を発揮して、セミナーや学習会の企画を立てる。情報の“ツボ”を押さえた内容に惹かれて、参加者たちは情報発信の場に集う。これらの集まりは、もうすっかり定着したものになっている。

(文中、敬称略)

「阿部クリーニング商会」
千葉県柏市豊住5-11-7
経営者 阿部 忠則 (64)
電話 04-7167-8013
定休日 日曜日

千葉県クリーニング生活衛生同業組合の副理事長を4期務め、現在7年目である。

取材におうかがいする前は、失礼ながらもいぶん気難しい人だろうと身構えていたが、お会いしてそんな杞憂は吹き飛んでしまった。

店は住宅街の一角にある。目立つ看板もない。

昭和42年の開業。以来、夫婦2人で、クリーニング一筋でやってきた。しかし、「苦節46年」といった気負いはもともと、



【上】長男の忠さん(左)とお客の対応をする阿部さん(円内は妻のフミ子さん)【下】店先に立つ阿部さん



ない。

クリーニングする衣類は「店受け」ではなく、火曜日と金曜日、外回りで顧客から預かり、あるいは届ける。月水木は店の中でクリーニングや仕上げをする。

「仕事半分、遊び半分さ」と言うが、それは阿部一流の“照れ”であろう。彼が続けてきた、いろんな趣味を通じて人の輪が広がり、その人柄が結果的に店を繁盛させてきたのに違いはない。

さて、その趣味の数々――。

少年野球の世話と町内野球への参加、近くのショートホールでのゴルフ、カラオケ同好会、組合のボウリング大会などなど。

「頼まれると断れない性分」もあって、遊びでも仕事でも、

世話人的な役をすぐ買って出してしまうらしい。

「少年野球は小5になると退会しなければならないから、さあ、このあと何をしようかと親たちが相談して、大人たちは社交ダンスをやることにした」のだという。今から19年ほど前のこと。今は練習を重ねてダンス競技会に参加したり、老人ホームを慰問したりする。

こうした幅広い趣味が自然発生的に人脈を作り、昭和57年、「柏市石けん利用推進協議会」がスタートすると同時に委員として参加。流域の手賀沼が全国水質調査でワースト1に常時ランキングされていることから、市が水質浄化運動の一環として設置した組織である。

同協議会は毎年、「石けん学習会」を開き、関係業界と消費者に石けん利用を呼びかけている。今年も3月20日、柏市消費生活センターで「石けんと暮らし」をテーマに学習会を開き、消費者団体、地元商店街、医師



昨年開かれたクリーニングセミナー
であいさつする阿部さん



会、PTA 関係者などのあいだで熱心な討議が続いた。

一般家庭で石けんを使うと洗濯機に石けんカスが付着して始末に悪いが、セミナーではカスを洗い流す方法とか、石けんの洗浄力を増す方法とか、実践的なノウハウの伝授に力点が置かれ、参加者たちは納得して帰路につく。

昨年12月、環境省が発表した「全国水質ワースト・湖沼の部」では、手賀沼が27年連続1位から初めて2位に“転落”。「少しは私も貢献しているかなあ。でも、導水事業の効果が大きいんだよ」と、石けん利用推進運動の効果を控えめに語る。導水事業とは、利根川から取水した水の一部を浄化用水として手賀沼に注ぎ入れる「北千葉導水事業」のことである。

阿部はもう一つのセミナーの仕掛け人でもある。

業界の意識・技術向上を目的として16、7年前から、年1回、阿部が企画を担当し、クリーニングセミナーを開催している。今年は6月15日、市川市の京葉ガス研修センターで「クリー

ニングの今後の動向」と題してセミナーを開催する。

参加者は、クリーニング従事者、クリーニング機器製造・販売業者のほか、消費者も含まれ

る。第1部は「クレームを売上に変える水際作戦」のテーマで、①サマーウールの需要拡大とドライクリーニングの限界（汗を原因とするクレームの増大）②クリーニング業のメニュー開発③補修、スレ、変退色、シミのチェックポイント。そして消費者も参加しやすいように、第2部で「より効果的な防虫剤の使用法」を用意している。例年120人前後が参加するという。

「今は父ちゃん、母ちゃん、兄ちゃんの“3ちゃん”クリーニングだ」と阿部は笑う。奥さんのフミ子（59）のほかに、2人の子どものうち、長男の忠（30）が店の経営に本腰を入れるようになって、後継の心配はない。



「上」忠さん（左）の仕事ぶりを見守る阿部さん「下」使い慣れた器具に手を添える阿部さん

「遊びがてらの仕事だったけど、仕事する親父の背中を息子にちゃんと見せてきたからね」と、阿部は豪快に笑った。

お会いした部屋には「厚生労働省健康局長表彰」（平成13年）、「全国生活衛生同業組合中央会理事長表彰」（同14年）、「千葉県知事表彰」（同15年）の3枚の表彰状がさりげなく飾ってあった。

主婦
西沢 君代さん



「お付き合いのきっかけは、お互いの子どもが同じ幼稚園に入った時からですから、もう30年ぐらいいになりますね。家族同様のお付き合いをさせてもらっています。」

阿部さんの技術は、それは確かです。さらに二代目の息子さんが、新しい技術の取り入れにも熱心で、お父さんは安心です。阿部さんの店は、全部、オートメーションでやっちゃう安売りの店とは違って、機械任せにせず、最後は手仕上げしてくれるから、どんな衣類でも安心してお願いできます」

私のお気に入り

分煙徹底へ国金が低利融資で後押し

国民生活金融公庫の生活衛生貸付では、「健康増進法」の成立に伴い、受動喫煙（室内及びこれに準ずる環境において、他人のたばこの煙を吸わされること）を防止するために必要な設備の設置に要する資金（受動喫煙防止資金）について、平成15年度から貸付条件の特例措置を導入する。

融資の内容【受動喫煙防止資金】（15年度予算成立を前提とする）

利用できる人	生活衛生関係営業者（飲食店営業、喫茶店営業、理容業、美容業、興行場営業、旅館業及びサウナを含む一般公衆浴場業を営む方）
資金の使いみち	受動喫煙防止施設（喫煙室、分煙テーブル、空気清浄機など）を設置するために必要とする設備資金
融資限度額	通常の融資限度額に3,000万円上乘せ
返済期間	15年以内
利率	特別利率②（振興計画に基づく場合は特別利率③）
取扱期間	平成17年3月31日まで

分煙、時代の勢い

Gメン、指定喫煙室
——カナダで見た
禁煙を
広げるのでなく
喫煙を狭め
包囲する発想



▲条例に基づいたトロントの禁煙マーク

カナダ・トロントの事務所で10年前、市保健局の“たばこGメン”に急襲されたことがある。「喫煙者がいるとの通報があった」と、部屋中を“搜索”された。灰皿や吸殻が見つかったら罰金ものだった。それまでに2度、手紙と電話で警告を受けて灰皿を処分、吸殻はゴミ袋で毎夜、捨てていた。まるでアメリカの禁酒法時代だった。

同市は、今も世界で有数の禁煙都市だ。駅など公共の場所、職場やレストランなどはすべて禁煙。例外として、「指定された喫煙室（DSR）」で吸える。そのDSR規定がひどく細かい。最新の条例によると、①禁煙区域と壁などで仕切った個室で②外気と直結する換気装置を設け③「がん、心臓病、肺疾患を起こす煙あり」との警告を表示する——などだ。

飲食店では、DSRは全座席の25%未満しか許されない。かつて40%だったから狭くなった。既にDSRなしの全面禁煙すら始まりつつある。

要するに、自分でルールを決められる自宅以外では、安易に吸えないになっている。勢い、いちいちビルの外へ出て吸う。氷点下20度にもなる冬でも、コートを羽織り、襟を立てて、息を吐きながら吸う。

東京の都心で、吸殻のポイ捨てや歩行喫煙が禁止された。嫌煙運動も広がっている。

が、違和感が残る。例外としての禁煙区域を徐々に広げているように見えるからだ。まず全面禁煙にして、例外として喫煙室＝DSRを設け、その広さと数を徐々に狭めてはどうか。

まず分煙。それが全面禁煙への第一歩、と思う。（今）

指導センター職員研修会、44名が参加

全国生活衛生営業指導センターは、3月5日、東京・新橋の全国生衛会館・大研修室で、都道府県生活衛生営業指導センターの職員44名の参加を得て、研修会を開催した。

研修会は、生衛関係営業に対して、より適切な指導・助言を行えるよう、指導センター職員に必要な知識を習得してもらうのがねらい。

午後1時半、全国センターの開会のあいさつに続いて、帝京大学経済学部・喜多捷二教授が「生衛業における経営の現状と課題」と題して1時間15分にわたって講演。デフレ不況下で生衛業が抱える問題点について、わかりやすく解説した。

続いて、国民生活センター・青山三千子参与

が「生衛業にみる消費者問題の実態」と題して1時間20分にわたって講演し、消費者意識が高まる中、生衛業が直面する消費者問題について分析、説明した。

最後に、厚生労働省の担当者が、「食品衛生法改正・牛肉トレーサビリティ法等について」と題して約1時間講演。BSE（牛海綿状脳症＝いわゆる狂牛病）問題に対する国の対策や、食の安全性について牛肉生産者、取り扱い店などが注意すべき点などを詳しく解説した。

この後、参加者が各地の指導・助言の体験談や独自の工夫などについて意見や情報を交換、一層の効果的な指導・助言に取り組むことを誓い合った。

平成15年度各全国連合会の大会・総会等（局長表彰を行う）開催予定表

業 種	日 程	開催地	会 場	名 称
氷 雪	5月14日(水)	熱海市	古屋旅館	平成14年度通常総会
興 行	5月27日(火)	熱海市	大月ホテル	全興連平成15年度通常総会関東甲信越静大会
食 鳥 肉	5月28日(水)	岡山市	岡山プラザホテル	第32回全国食鳥肉連合会岡山県大会
クリーニング	5月29日(木)	東京都	ホテルニューオータニ	第45回通常総会
旅 館	6月3日(火)	宮崎市	宮崎市民文化ホール	第81回全旅連全国大会、全旅連通常総会
飲 食	6月4日(水)	長野市	ビックハット	全飲連41回全国長野県大会
麵 類	6月4日(水)	鳥羽市	鳥羽シーサイドホテル	第69回全国麺類業者三重大会
喫 茶	6月17日(火)	福井県 芦原町	清風荘	第48回全喫連全国大会・福井大会
食 肉	6月26日(木)	仙台市	ホテル仙台プラザ	第44回通常総会・宮城県大会
料 理	10月4日(土)	徳島市	アスティー徳島	第91回全国料理業徳島大会
社 交	10月16日(木)	岡山市	岡山国際ホテル	全国社交飲食業代表者岡山大会
理 容	10月19日(日)	福 岡	未定	第131回臨時総会
浴 場	10月20日(月)	東京都	品川プリンスホテル	第45回全国公衆浴場業者東京都大会
中 華	10月21日(火)	宮城県 松島海岸	ホテル松島「大観荘」	第36回全国中華料理業宮城大会
す し	11月5日(水)	大阪市	大阪国際会議場	第46回全国すし連大阪大会
美 容	11月18日(火)	神戸市	ワールド記念ホール	第31回全日本美容技術選手権大会
中 央 会	10月29日(水)	東京都	ホテルニューオータニ	大臣・理事長表彰式

時 話 題

(11ページより続く)

ミスマッチ・メニューも

ハンバーガー・チェーインのファーストキッチン(東京都新宿区)は新規事業として、おにぎりカフェ「おにぎりキッチンoms(オムズ)」を展開する。昨年五月に東京都北区のJR王子駅前に一号店を、八月に千葉県習志野市に二号店を開店した。ここでも注文を受けてからにぎり、素材にもこだわる。セルフサービスで、定番十四種に加え、豆乳プリンなどの甘味の品ぞろえが特徴だ。

フロム・イースト・カフェ(東京都豊島区)では、宮城県産コシヒカリを使った二十五



明太チーズ(中)など具もおしゃれ
(東京・東池袋のフロム・イースト・カフェで)

種類のおにぎり(百五十〜二百五十円)に加え、いちごミルクやカフェラテといったメニューも用意。「明太チーズおにぎり」とモカフラペチーノといったミスマッチな組み合わせを楽しむ女性も多い」と同店の店長。

コンビニもおにぎり競争

コンビニ業界でも、これまでの「安さ一辺倒」から脱却、

女性・中高年層に人気

むすび」を発売したのが発端。百六十〜百八十

高級素材・手作り感を前面に出した品質競争が激しくなっている。

最大手のセブン・イレブンが一昨年十二月、「こだわりお



名物「おにぎり茶漬け」。のりとお茶のいい香りが食欲をそそる(おにぎりキッチンomsで)

◆主なおにぎり専門店チェーン

店 名	店舗数	特 徴
ゆのたに 俵 大 名	15	米や米炊き水は新潟県湯之谷村から直送。春のタケノコ、秋のマツタケなど具で旬を先取り
おむすび 権 兵 衛	12	東北の農業法人と提携し、食味特Aの米を確保。午後3時には売り切れ閉店の店も
重吉	7	1978年創業の老舗。首都圏の百貨店、駅ビルに展開
おにぎん	2	丸ビルに出店し、多店舗展開に着手
おにぎり キッチン Om's	2	厚焼きたまごなどのおかず、黒ごまケーキなどのデザートも
ony	1	玉露、台湾緑茶、抹茶ラテなど和風ドリンクも多彩
おむすび伝	1	新潟県加茂市でコシヒカリを生産する農園と提携

のりには有明産や瀬戸内産だ。

背景に健康・安全志向

外食産業がおにぎり専門店を拡大しているのは、女性や中高年層を取り込むのに効果的とみているため。

「ony」の場合、客席数二十七の小さな店だが、近隣のOLやビジネスマンのランチ需要の開拓に成功し、月によっては一千万円に達するほどの売上を記録することもある。

消費者の健康、安全志向に対応する目的もある。低カロリーで産地直送などの素材で手づくりすれば、主婦などに「鮮度」をアピールしやすい。

おにぎり復権

日本の伝統的なファストフード、おにぎりが見直されている。

現代風の工夫を凝らしたカフェスタイルの店舗が相次いで誕生し、デパートにも個性的なおにぎり店が目見えしている。低価格の定番おにぎりを揃える一方で、米、水、のり、塩、具などの素材にこだわり、高級感を出して中高年にターゲットを絞るほか、おにぎりとはミスマッ

チの甘味食品なども提供して若い女性の人気を集める店も多い。

有名ブランド店を“食う”

東京デイズニールランドに隣接する大型商業施設「イクスピアリ」（千葉県浦安市）。有名ブランドやレストランなどが軒を連ねるテナント百三十三店のうち最強の店が面積わずか二十平方メートルの持ち帰りおにぎり専門店「おむすび権兵衛」。33平方メートル

十六種類のおにぎり（百〇百八十円）は素材と製法に徹底的にこだわる。山形県庄内地方で生産された特Aランクの米、沖縄で天日で乾燥させた天然塩、富山の名水を使って、一個一個手ににぎる。

デパ地下でも人気商品に

また、デパートも地下食料品売り場の特徴あるおにぎり店を入れ始めている。

池袋西武（東京都豊島区）の持ち帰りおにぎり店「ゆのたに

屋甚兵衛」は高級素材を使った伝統的なおにぎりで勝負している。

カフェ風チェーン店

飲食スペースを備えたファストフード型の店も相次いで目見えしている。

東京・南青山にあるおにぎりカフェ「only（オニー）」にはボサノバ風のBGMが流れ、ソファと低めのテーブルをゆったり配置。この店は、焼き肉店「牛角」などを展開するレインズインターナショナル（東京都渋谷区）がファストフード進出の先陣として昨年4月に開設、今年は首都圏にさらに二店を設ける予定。

米は秋田産あきたこまち、のりは大分・柳ヶ浦産、塩は沖縄産、水にはミネラル分を加えるなど、素材にこだわる。注文を受けてからにぎるので、温かいおにぎりを楽しめる。サケや昆布などの定番に加え、海老天むす、とんかつ味噌ソースなど十六種類のおにぎり（百二十〇～百九十円）を楽しめる。



現代的な洋風の店内で「和、のおにぎり」を味わう（東京・南青山のonlyで）

専門店、相次ぎ誕生

素材にこだわり、手作り感

たりの売上高は月百七十万円と施設内でトップ。

同店は二〇〇〇年からチェーン化を進め、現在、首都圏で十二店を展開。今後は都心な

どに年間二十店を出店し、五年後に百店まで増やす予定だ。

俵大名」は、たった十三平方メートルで一日に四千個前後を売り上げる。新潟県魚沼産コシヒカリを粳穀のまま低温保存し、販売する三日前に精米。新潟県から毎日運ぶ湧き水で釜炊きし、品揃えも三十種と豊富だ。

このほか、プランタン銀座の「十石」は、カレーやビビンバなど変わり種のおにぎりもそろえ、テイクアウトにはキーキ用の箱を使う。松屋銀座の「越後

平成13年度生活衛生関係 営業施設数調べ（衛生行政業務報告）

毎年、厚生労働省大臣官房統計情報部より発表される「衛生行政業務報告」について平成13年度分（平成14年3月末現在）が公表されました。

「衛生行政業務報告」によると、平成13年度の生活衛生関係営業施設数は2,617,007施設で、前年の2,618,565施設よりわずかに減少

（対前年-0.1%）しています。

施設の種別別にみると、ホテル、ヘルスセンター、美容所、飲食店、喫茶店の施設数が前年より増えています。（図1）

＊施設数＝営業許可施設数ですので、飲食店や喫茶店の施設数には許可を受けた自動販売機が含まれます。また、営業許可をだしたまま休業・廃業している施設が含まれている場合があります。

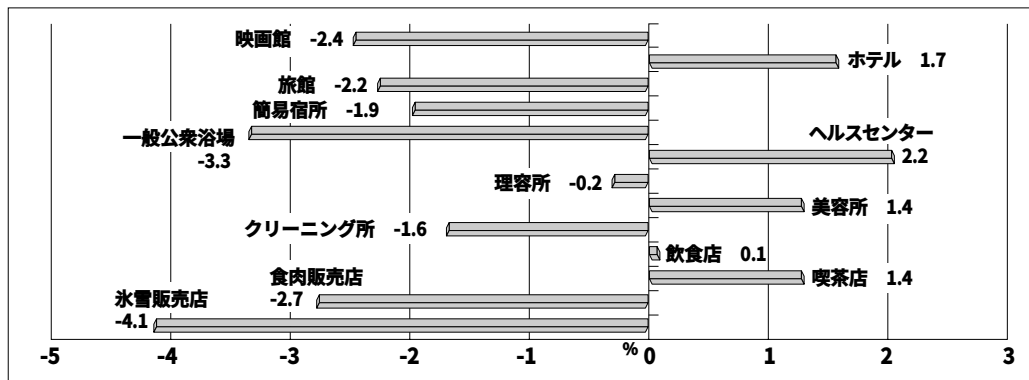


図1 施設の種別別にみた対前年伸び率（%）

第1-1表 映画館、ホテル、旅館、一般公衆浴場、理容所、美容所、一般クリーニング所の施設数

	映画館	ホテル	旅館	一般公衆浴場	理容所	美容所	一般クリーニング所
平成4年	2,015	6,231	73,899	10,783	143,045	188,582	51,669
5年	2,010	6,633	73,033	10,388	142,619	189,975	51,229
6年	1,993	6,923	72,325	10,112	142,715	192,111	50,699
7年	1,950	7,174	71,556	9,741	142,544	193,918	49,954
8年	1,943	7,412	70,393	9,461	142,718	196,512	49,563
9年度	1,908	7,769	68,982	9,020	142,809	198,889	49,215
10年度	1,938	7,944	67,891	8,790	142,786	201,379	48,103
11年度	1,984	8,110	66,766	8,422	141,321	200,682	47,324
12年度	2,024	8,220	64,831	8,117	140,911	202,434	46,595
13年度	1,976	8,363	63,388	7,851	140,599	205,204	45,848

注）平成8年までは各年12月末現在、9年度以降は翌年3月末現在の数字です。

10年間の施設数の推移をみると、映画館は1,900～2,000前後で増減を繰り返しています。宿泊業のうち、ホテルは毎年増加し、旅館は毎年減少しています。

公衆浴場のうち、一般公衆浴場（いわゆる銭湯）は年々減少しています。

理容所は平成10年度以降減少していますが、美容所は平成11年度に減少したものの、全体としては、増加を続けています。クリーニング所のうち、一般クリーニング所は、減少傾向に

第1-2表 飲食店、喫茶店、食肉販売店、氷雪販売店の施設数

	飲食店	喫茶店	食肉販売店	氷雪販売店
平成4年	1,432,076	219,496	186,986	4,224
5年	1,436,024	223,885	185,162	4,078
6年	1,448,361	229,277	183,422	3,953
7年	1,460,686	231,571	181,184	3,830
8年	1,473,992	238,649	179,223	3,706
9年度	1,475,160	240,152	174,403	3,566
10年度	1,485,701	245,868	171,734	3,471
11年度	1,502,891	252,134	170,922	3,414
12年度	1,544,720	263,940	169,766	3,360
13年度	1,546,154	267,671	165,101	3,223

注）平成8年までは各年12月末現在、9年度以降は翌年3月末現在の数字です。

あります。(第1-1表)

また、飲食店と喫茶店は毎年増加していますが、食肉販売店と氷雪販売店は減少しています。

(第1-2表)

免許件数についてみると、理容師は平成11年度の6,092件をピークに減少し、平成13年度は3,812件となっています。美容師は平成12年度に減少したものの、平成13年度は27,612件と再び増加しています。

従業師数では、理容所、美容所共に前年より増加し、各々、250,764人、368,057人となっています。(第2表)

第2表 理容師・美容師の免許取得件数、従業師数

	免許取得件数		従業師数	
	理容師	美容師	理容所	美容所
平成4年	4,727	13,405	251,522	317,526
5年	4,467	12,737	250,858	320,996
6年	4,122	12,861	252,705	324,566
7年	4,392	13,026	252,187	327,596
8年	4,456	13,652	252,330	329,995
9年度	5,183	17,051	252,081	333,153
10年度	4,711	16,451	251,859	334,932
11年度	6,092	27,894	250,987	345,115
12年度	4,347	24,320	250,716	355,081
13年度	3,812	27,612	250,764	368,057

注1) 平成8年までは各年12月末現在、9年度以降は翌年3月末現在の数字です。

注2) 従業師数は各々、理容所・美容所における従業師の数です。

注3) 平成10年度以降の免許件数は、厚生労働省健康局生活衛生課調べです。

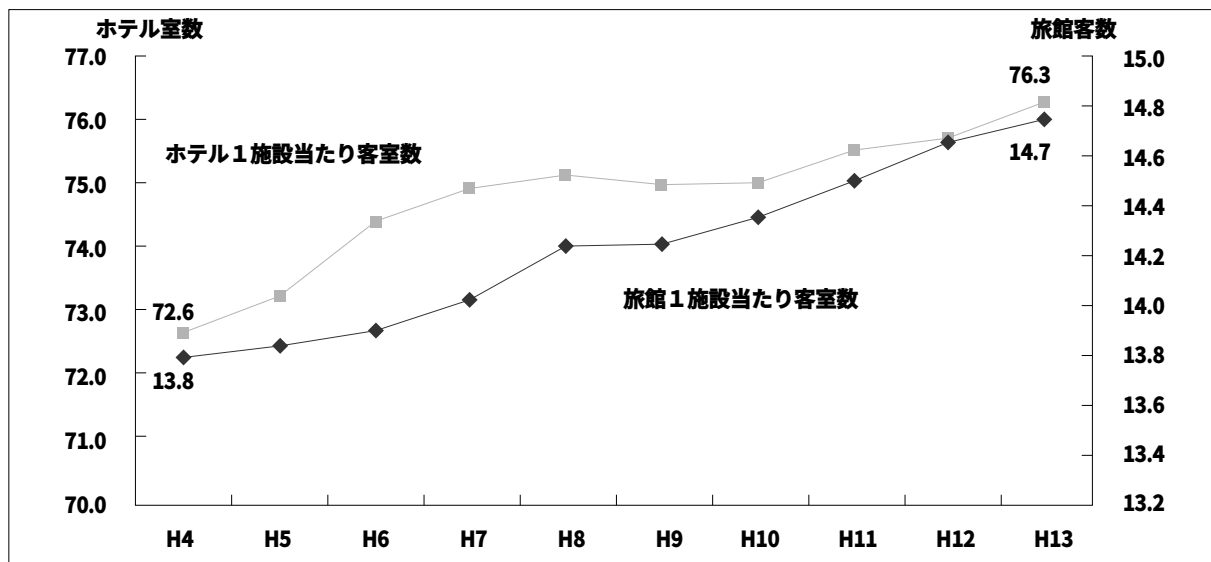


図2 ホテルと旅館、1施設当たり平均客室数の年次推移

ホテルと旅館について、1施設当たりの平均客室数を年次推移でみると、共に増加しています。特にホテルは、10年間で施設数と客室数が共に増え続け、平均客室数は約4室増えました。(図2)

クリーニング師については、平成6年をピークに免許件数が減少し、平成13年度は、957件になりました。

従業師数は、平成5年をピークに減少傾向となり、平成13年度は66,871人になりました。

(第3表)

第3表 クリーニング師の免許取得件数、従業師数の年次推移

	クリーニング師	
	免許取得件数	従業師数
平成4年	1,543	71,565
5年	1,658	71,749
6年	1,684	71,155
7年	1,603	70,202
8年	1,563	70,500
9年度	1,365	69,742
10年度	1,291	69,964
11年度	1,155	67,708
12年度	1,152	66,880
13年度	957	66,871

注) 平成8年までは各年12月末現在、9年度以降は翌年3月末現在の数字です。

生活関連企業の景気動向等調査概要

— 平成14年10～12月期 —

国民生活金融公庫 生活衛生企画部 調査課 杉山 孝一

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14年10～12月期の調査結果の中から一部をご紹介します。

～依然として厳しい生活関連企業の景況～

(概況)

「業況」「売上」の各DIをみると、今期は、前期に比べて業況DIがほぼ横ばい、売上DIは2期連続して低下しました。個人消費低迷の影響を受けて、各DIは引き続き低水準にとどまっており、生活関連企業の景況は依然として厳しい状況が続いています。

来期は、売上DIは上昇するものの、業況DIは低下する見通しとなっています。

(1) 業況

平成14年10～12月期の業況DI（前期より「好転」企業割合－「悪化」企業割合）は▲47.4となり、前期に比べ0.6ポイント上昇しましたが、▲40台後半の低水準が続いています。前回調査では、今期（10～12月期）のDIは、需要回復への期待から7～9月期に比べ13.5ポイントと大幅に上昇し、▲34.5となる見通しでしたが、実際はわずかな上昇にとどまっています。

来期については、例年季節的な要因で業況が低下する季節にあたるためか、▲51.2と今期に

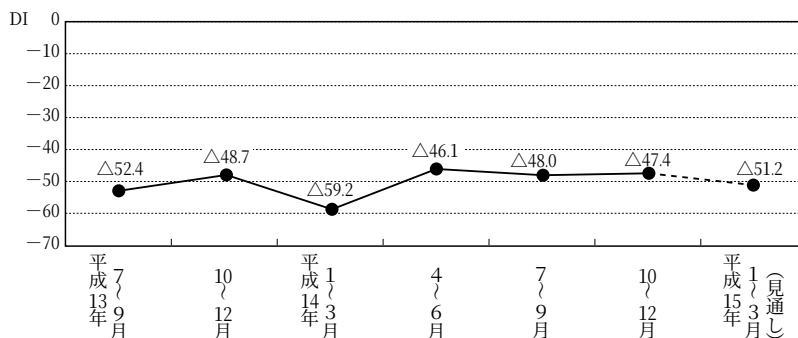


図1 業況DIの状況（全業種計、前期比）

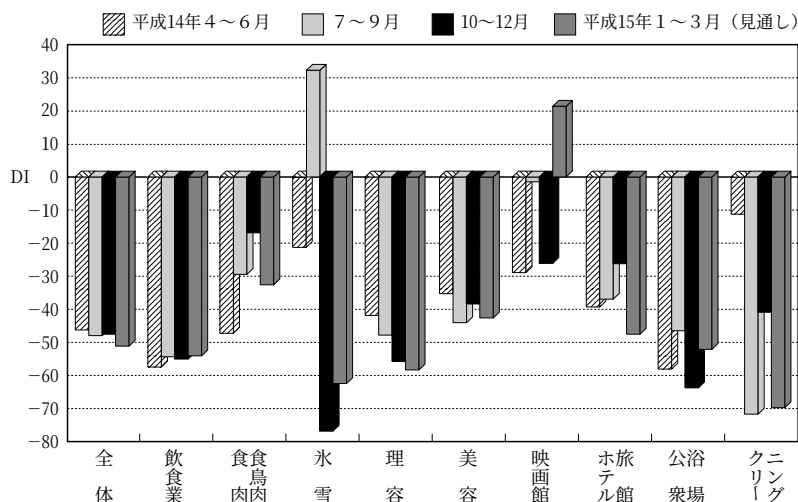


図2 業種別業況DIの推移（前期比）

比べ3.8ポイント低下する見通しとなっています。（図1）

業種別にみると、需要が回復傾向にある「食

肉・食鳥肉販売業」や前期D Iが大幅に落ち込んだ「クリーニング業」などの4業種で上昇しています。反対に、前期夏場の需要で大幅に上昇した「冰雪販売業」「映画館」のほか「飲食業」や「理容業」などで低下しています。

特に「飲食業」は、例年10～12月期は忘年会シーズンにあたるため、業況D Iは前期より上昇していましたが、今年度は逆に0.4ポイント低下しています。業況D Iの内訳は、業況が好転したとする企業割合は9.3%とわずかですが、悪化したとする企業割合は56.7%と好転した企業割合の約6倍にもなっています。要因として、個人消費の低迷、ボーナスなど所得の低下等が考えられますが、平成14年6月に行わ

れた道路交通法改正による飲酒運転の罰則強化も影響を与えていると推測されます。罰則強化により懲役刑及び罰金刑の上限が大きく引き上げられるとともに、酒気帯び運転該当のアルコール濃度が下げられました。飲食組合や各店などでは、飲酒運転を防止し、気持ちよくお店を利用してもらえようといういろいろな取組を工夫して業況回復に努力しています。（下記「トピックス」参照）

来期は、正月興行のほか、人気シリーズ作品の封切りが続くため大幅な需要の増加を見込む「映画館」をはじめ4業種で上昇を予想していますが、「映画館」を除き▲30～▲60台となっており、ほとんどの業種で厳しい状況を予想しています。（図2）

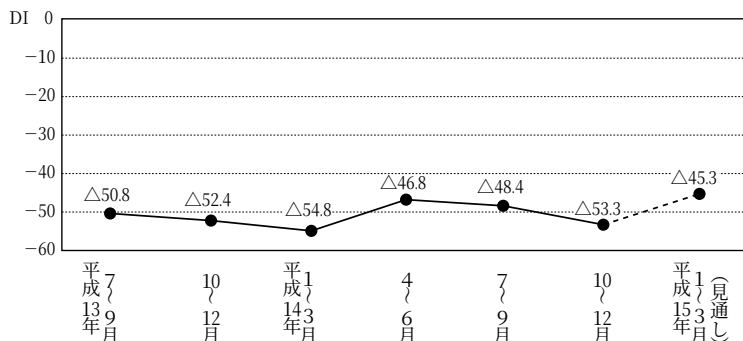


図3 売上の状況（全業種計、前年同期比）

(2) 売上

14年10～12月期の売上D I（前年同期より「増加」企業割合－「減少」企業割合）は、▲53.3と前期に比べ4.9ポイント低下しています。

来期については、8.0ポイント上昇する見通しとなっており、需要回復への期待が込められています。（図3）

〔トピックス〕

飲酒運転罰則強化後の取組事例

	取 組 事 例
タクシー補助券	飲食組合がタクシー会社と提携して独自のタクシー補助券を作成し、費用を一部負担のうえ組合員に販売。組合員は一定の条件を満たしたお客に対して無料配布。
運転代行券	商店街振興組合が中心となって、参加店で飲食したお客がくじを引き当選者には運転代行券をプレゼントするキャンペーンを実施。
割引券配布	飲食組合が運転代行会社と提携し、代行割引券を組合員に無料配布。
送迎サービス	店主又は従業員が無料送迎サービスを実施。
ノンアルコール飲料	ノンアルコール飲料の導入、種類の拡充を実施。

商品・サービスを選ぶ時

—これからは、喉元過ぎても、熱さ忘れず！—

〈全国消費生活相談員協会消費生活専門相談員 熊崎 明子〉

1 変動する社会の中で…

ここ数年、私たちの身の回りには、笑えることより、驚きと怒りの対象になることが多くなった。しかし、何もこれは、マスメディアが暗いニュースばかりを流すせいだけではない。世紀末そして新世紀の幕開けとともに、時代の変動期が来たと感じている人は、たくさんいると思う。博報堂生活総合研究所が隔年調査を実施している「生活定点」によれば、2000年は「悲嘆にくれる生活者」であったが、2002年は「不安に負けず、変わる生活者の対応力」となっている。確かに、今や景気低迷、雇用不安、いろいろな面での安全神話の崩壊、高齢化の急速な進展、年金不安、金融不安等々、不安要素は山ほどある。しかし、時代が変動しようが、不安が多かろうが、あいかわらず私たちは消費者であり、毎日、毎日、少しでも満足できるように工夫し、商品やサービスを購入し、消費し続ける。

2 私たち消費者にとって、ITとは？

最近、ITやインターネットという言葉が聞かない日はないほどに、ITの進展は目覚ましい。「イット」ではない。「アイティ」、つまりインフォメーションテクノロジー、情報通信技術のことである。

情報通信技術の進展は、私たちにインターネットという便利なツールを提供してくれた。前述の「生活定点2002」でも、生活者の変わる対応として一番に「家庭の情報化の促進」があげられている。

今や、インターネットの利用者はDSLや電話回線等では、約2千9百万人、携帯電話では約6千万人とのこと。（表1）DSLや電話回線等の利用者は、多くが携帯と重複利用していることを考えると、数字上では、今や日本人口の半分ほどがインターネットに接続していると考えられる。

それでは、その利用目的は何か？

内閣府の「ITによる家族への影響実態調査」（2001年）によれば、約9割の人が「情報収集が容易になった」、次いで約6割

の人が「詳しい情報も取得可能になった」、5割強の人が「事前にインターネットで情報収集するようになった」と回答している。

また、総務省の平成13年版情報通信白書のグラフを見ると（図1）、圧倒的に多いのはメールであるが、次いでいろいろな情報収集に利用されていることがわかる。

3 一見簡単に手に入る商品・サービスの比較情報

携帯電話では、いつでもどこでも、便利な交通機関や手ごろなレストランなどを調べることができる。ショッピング情報がよいという人もいる。自宅では、腰を落ち着けて、ありとあらゆることを調べることができる。

高額な耐久商品を買うときは、雑誌、店頭で見ただけでなく、インターネットで機能や価格を調べてみる人も多い。価格や料金などの比較情報は、「価格.com」<<http://www.kakaku.com/>>「料金.COM」<<http://www.ryoukin.com/index.html>>などで調べることができる。

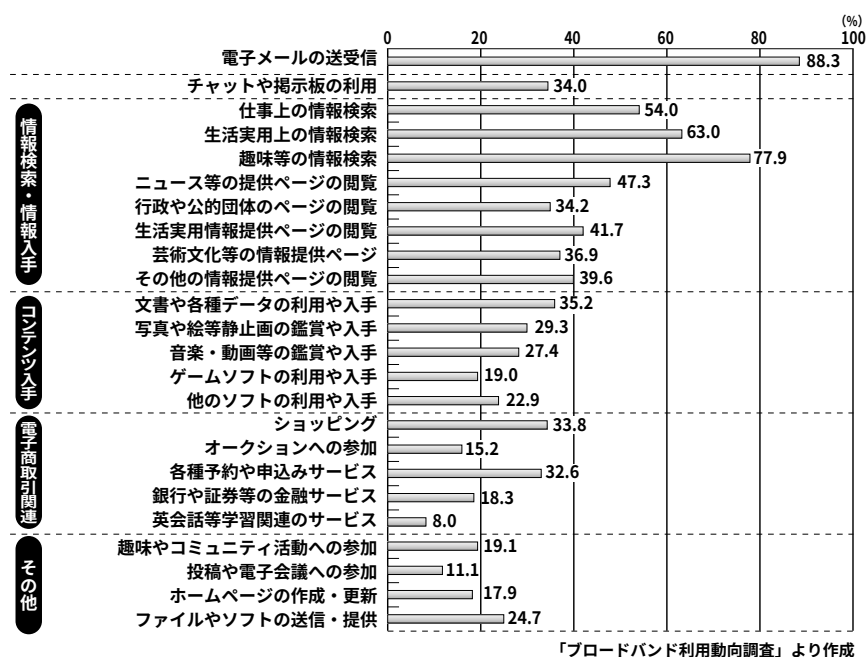
「価格.com」では、最安売価表が閲覧できる。ここで、おもしろいのは価格以外にも、何を優先するか設定して検索できるようになっていることだ。しかし、あくまでもこのホームページに登録しているお店の中の

表1 インターネット接続利用者

接 続 方 法	加入者数
DSL	5,645,728
光ファイバ	206,189
ケーブルテレビ	1,954,000
電話回線等のダイヤルアップ	21,190,000
小計	28,995,917
携帯電話	59,527,000

総務省インターネット接続サービスの利用者数等の推移
【平成14年12月末現在】（速報）より

消費者の視点から



「ブロードバンド利用動向調査」より作成

図1 パソコンからインターネットを利用している人の利用用途（複数回答）

比較である（現在エントリー総数1345店）。「料金.COM」では国際電話料金比較や、面白いところではペットの肖像画の料金比較もある。

情報発信元により、内容は限定されるが、インターネットはけっこういろいろな比較情報を提供してくれる。

4 風評や個人的意見も面白い機能、品質情報

インターネットで情報を探するとき、わたしたちはヤフーやグーグルなどの検索エンジンを利用して必要な情報を探す。簡単な言葉で検索すると、千件以上のホームページ一覧が出現する。急いでいるときは、さらに条件となる言葉を追加して検索しなおすが、必要な情報が得ら

れないことがある。そうすると、片っぱしからホームページを流し読み、食欲に情報を捜す。まさしくネットサーフィンである。

情報の発信先は、メーカーや販売店ばかりでなく、論文も、雑談的なものもある。いろいろな人が自由に意見を述べており、文殊の知恵となる場合も多い。

情報は直近のものから、果ては10年前の情報すら出てくる。日本人はよく流行に敏感で、飽きっぽいと言われる。しかし、このインターネットというツールはとっくに忘れたような情報でも、検索の結果に現れて、記憶を新たにします。

5 喉元過ぎても熱さ忘れず

インターネットといえば、

1999年の東芝事件を思い出す人も多いだろう。クレマー扱いされて暴言を吐かれたという人が、ホームページ上で実態を訴えた事件である。なんとホームページ上で東芝との電話のやり取りまで聞けるという、なかなかすさまじいもので、多くの人が関心を持ち、テレビや新聞・雑誌でも取り上げられた。

今、食品の異物混入事件、リコールの多発や、メーカーのコンプライアンスの問題等々、不安な時代の中で、私たちはインターネットという情報の海の中で泳いでいる。

消費者と事業者の間には、情報格差があると言われ続けてきたが、最近では「自立した消費者」、「自己責任の時代」という言葉が台頭してきている。あまりに多い情報の中で、事業者と同等レベルの情報を得ることはなかなか困難であるが、泳いでいるといろいろな物を拾うことになる。過去の情報も現在の風評も、私たち消費者の目を厳しくするのである。

自己責任の時代に対応するため、これからの私たち消費者は、「喉元過ぎても熱さ忘れず」、頭、目、耳、手と足を使って、せっせと情報を集め、考えて、考えて「最後にこれは信頼できる？」と自分に問いかけながら、消費する時代になってきた。

特相員だより——街の知恵、地域の心



「人」が商売の成否を左右／顧客の満足度を高める近代化を

□京都府理容生活衛生同業組合・特相員□

くで ひとし
公手 均

おはようございます、こんにちは——
今日も特相員の活動がスタートする。

府理容組合では、ホームページや機関紙「理容京都」で経営、融資の相談日を紹介し、9人の特相員が当番を決めて、組合員が休日（第2月曜日）に、経営、融資の相談ができるようにしています。

営業対策、後継者問題などの経営全般から人間関係にいたるまで、いろんな難問が寄せられます。しかし、中心は何と言っても融資に関する相談です。

私たちの大きな任務は、融資がスムーズに受けられること。その融資が、店の活性化、近代化につながるようにと、微力ながら指導させていただいています。

組合員の中には、計数や税務の管理に関しては、不慣れな方もいます。そこで、計数をはっきりさせることで、経営者と

して店の現況が把握できることを話します。

とくに私たちの職業は、人がすべてを決定します。経営の源になる「人」。商売を左右するのは、人が、いかに考えどう行動するかにかかっています。

さて、府理容組合では、年間100件近い相談や融資の推薦にかかわりますが、デフレ、自由化の中で、従来とは違った設備の申し込みが目につきます。パソコンなどのIT機器、オートシャンプー、クリニックやエステなどの近代設備は、顧客のニーズに対応するために必要なもの。

特徴を持った店づくりを目指すには、技術というまでもなく、『安全、安心、安らぎ』といった顧客の満足度を高めることや、内部管理を強化して、営業施策を立てていくことが求められます。それが相まって、顧客に評価され、社会的地位を確立することにつながるのではないのでしょうか。

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
②敷金・権利金
- 店舗等の買取り
- 土地に要する資金
- 運転資金



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/>

食肉組合がカレー販売

東京の目黒食肉組合（芹田光司組合長）が昨年暮れから売り出した、「めぐる限定 目黒食肉組合店のポークカレー」（一食3百円）が好評で、すでに8千食近くを販売した。

このレトルト・カレーは、組合加盟約50店が、食の安全性をPRするため、茨城県の豚肉生産者の協力で開発、販売を始めたもの。

「肉のうらべ」の浦辺三十三さん（同組合役員）は、「コストを考えると利益はほとんどない」が、東京市場に回らないブランド肉「ロースポーク」を使って生産者の顔の見える商品を扱うことで、地域興しの一助になれば、と始めたという。「安全でおいしい」と評判で、近所の住民だけでなく、北海道や九州の消費者からも購入申し込みが舞い込んでいるという。

客層拡大へ移動美容室

群馬県笠懸町の美容室ノエルが、マイクロバスを改造した移動美容室の営業をこのほど始めた。

経営者、松島澄江さんは、「地域のお客さん以外にも客層を拡大し、自分たちでも社会にも貢献できるのでは」と始めたという。

車内には美容いす2脚、シャンプー台などを設置。料金は、カット2千9百円、カットとパーマ6千5百円、シャンプー8百円と、自宅店より3百円安く設定した。訪問先で水道などを使わせてもらうためという。美容師の二人の娘と交互にバスに乗り、自宅店と移動室を切り盛り。さつそく遠方からも予約が入り、年配者に喜ばれている。

バスへの客の乗降には、手を貸し、段の上下幅を小さくした特製階段も用意する気配りも見せている。

「そばの里」に日本一の水車

岐阜県荘川村が4月オーブンを目指す「そばの里」に直径13メートルの「日本一」の水車が完成した。

同村企画観光課の梅本昌彦課長は、「ただ並べておくだけでなく、実用のものでしては日本一と思います」と断るが、その他に5メートル前後の4個の水車もついで、5連式。これに、直径二メートルを超える石臼も設け、古い民家を改築して「そば道場」を整備する計画。

地元のそば愛好家グループ「そば人（そばんど）」に協力を呼びかけており、道場ではそば打ちから試食までを提供する。

同村は標高千二百メートルと高く、寒暖の差が大きいので、独特の風味のそば粉が生産できる。出荷用ではなく、地元へ客を呼び込む目玉として計画を進めたいと、同課長は話している。

外国人がそば打ち体験

鹿児島県大口市でこのほど、同市教委の国際交流講座に参加する外国人13人が、そば打ちを体験した。インドネシアの9人とフィリピンの4人で、日本の食文化への理解を深めてもらおうと、同市教委が企画した。

講座で日本語を教えるボランティアが、そば打ちを指導。生涯学習課の内山和行係長によると、「打つのはできたが、そば包丁の使い方がわからず、切るのに難儀した」。

同地域では一般に、つなぎにヤマイモを混ぜるため、講座でもそば粉とヤマイモをこね、独特のこしと風味のあるそばを完成させた。

一連の作業を終えて、さつそく全員が試食、「普段からそばに親しんでいるらしく、皆、おいしそうに食べていた」（同係長）と、評判もよかったようだ。

千葉県生活衛生営業指導センター

千葉市中央区新宿2-8-1
千葉青色申告会館3階
理事長 白井 一世氏
常務理事 倉内 勇氏
職員数 5人
(うち経営指導員4人)

最寄の駅は京成千葉中央駅だが、JR千葉駅やモノレール駅にも近く、県庁にも近い場所にある。

近くの小公園の梅の枝に、つぼみがようやく目立ち始めた2月中旬のある日、センターを訪れた。白井理事長はじめ事務局のスタッフの皆さんが待っていてくれた。

終始笑顔を絶やさない白井理事長、的を得たブリーフィングを続ける倉内常務、かたわらで資料から適切なデータを引き出してくれる鵜飼事務局長、過去の経過を簡略に説明してくれる前常務理事の宇佐見孝義・経営指導員の丁寧な応対がうれしい。

■12業種、加盟15,517人

昭和57年4月に設立と同時に、現在の青色申告会館に入居した。同じ階には(財)理容師美容師試験研修センター千葉県支部が同居している。

加盟組合は理容、美容業、クリーニング、興行、公衆浴場業、旅館ホテル、麺類業、食肉、すし商、中華料理、料理業、飲食業の12組合の15,517人(2002年12月現在)を数える。

■分野紛争を円満決着

センターが扱った平成13年度分野紛争事例を紹介する。経過を簡単に追うと。

同年10月、JR東日本が京葉線舞浜駅(千葉県浦安市)高架下に客室100のホテルを建設する計画を発表。家族向けのホテルをめざし、東京ディズニーシー開業にともなう需要増に対応した計画だった。高架下でも列車の振動・騒音を低減できる「吊り免震工法」の技術を採用した。

千葉県旅館ホテル生活衛生同業組合は「同ホテル建設中止」の要望書を提出。その後断続的に双方が文書の交換を続けたが、話し合いが膠着。結局、同年7月、組合側はセンターの「千葉県生活衛生営業分野調整事業協議会」に調整を申し出た。

センターはただちに協議会を開催して調整活動に乗り出し、11月、JRに対して客室数を当初計画の20%減を目途として調整を図るよう要請。

そして同年12月、JRは要請を受け入れて20パーセント減の80室に変更すると回答、組合側もこれを了承して決着した。

これまでの分野紛争では両者の接点を見出せないまま物別れに終わるケースがほとんどで、



白井理事長



倉内常務理事

双方がほぼ満足のゆく形で決着したのは珍しい、という。

■基金活用事業

14年度から「生活衛生営業振興助成交付金事業基金活用事業」(通称「基金活用事業」)をスタートさせた。

この事業は、平成12年度に生活衛生営業振興助成交付金が廃止されたのに伴い、これまで積み立ててきた基金6,170万円を取り崩す形で各組合の事業に対して補助を行なうもの。

「県財政が厳しいおり、基金を有効に使う」ことを目的として「基金活用事業運営委員会」を設置、初年度の平成14年度は対象総事業費1,944万円に対して651万円を補助した。

内訳は、センターのホームページ作成・運営事務費40.5万円のほか、旅館ホテル4、麺類業2、すし商7、中華料理・料理業各1、飲食業3の計18事業を実施、①組合の活性化②消費者サービスの向上③地域福祉の増進――の目的に添った、特色ある企画を次々と展開させた。

組合・連協・センターが連携、多角的事業を展開

センター事務局のオフィス風景



■もう一つの振興対策事業

上記の事業とは別に、3年前にスタートした「千葉県生活衛生営業振興対策事業」でも、IT事業、福祉施設慰問、各種講習会など特色ある事業に対して助成を行なってきた。

14年度はセンター事業150万円に対して全額助成、また12組合の対象事業費1,398万円に対して半額650万円を助成した。

■広報紙「生活衛生ちば」

年2回（3、7月）、各15,000部発行している。

A4判、6ページで、県民まつりなどのイベント・ニュース、シンポジウムや研修・講習会などの開催予告、貸付条件改正についての告知など、盛りだくさん。

今年上半年期のNo.41号（3月1日付）の発刊を前に、事務局スタッフの皆さんは編集・制作に追われている最中だった。

■データ・あれこれ（平成13年度）

【窓口相談（電話・通信による

ものを含む）】

1,592（融資869、経営302、経理92、衛生78、税務66など）

【税務等連絡会議】9回（美容業3、クリーニング業2、理

容・旅館ホテル・食肉・料理業各1）、延べ23時間、受講者数784人

【地区相談】千葉、佐倉、船橋、柏、野田、木更津の6地区で開催

【特相員による融資指導（延べ）】特相員数100人、融資申込数197、申込金額54,750万円

【特相員による特別指導（延べ）】

特相員100人、件数943、指導日数943日

【クリーニング師研修会、業務従事者講習会】5会場で延べ10回、受講者数＝研修会184人、講習会368人

【標準営業約款登録数】理容業3,119、美容業809、クリーニング業112、クリーニング取次所68の合計4,108件で、前年比36件減少。年々減少傾向にあり、登録件数のアップが課題だ。

【国民生活金融公庫融資に係る知事推薦書交付事務】申込者310件、申込金額329,692万円
飲食業、理容・美容業の申込みが多い。

とびくす

団体旗を一新

これまであった県生活衛生同業組合連絡協議会の団体旗を一新、1月29日、千葉市内のホテルで開催された第28回県生活衛生同業組合連合大会の席上、新しい団体旗（写真）をお披露目した。



3つの輪ガッチリ

半月2つが合わさったS（生衛の頭文字）、中心点で渦巻く3つの輪は各組合、連協（同業組合連絡協議会）、そしてセンターだ。

長引く不況で、組合離れが

著しい。「組合加入率の減少傾向になんとしても歯止めをかけ、組織拡大・財政安定化

を図るためには、魅力ある事業を進めてゆかなければならない」と白井理事長。

そうした課題に向かって

求心力を発揮するためにも団体旗を一新し、その旗の下でセンターと連協、12組合が目的達成に向けて今後とも強固な連携を保っていききたいという。

狛犬鑑定団が行く

狛犬を、歴史的、文化財的価値からではなく、純粋にアートとして見た場合、傑作はいっ頃多く作られたのでしょうか。

私は、大正から昭和初期だと思っています。江戸時代に発展した様々な狛犬の様式美は、明治期には完全に完成します。大正から昭和初

期にかけては、その様式

を打ち破ろうとするかのよう
な、自由奔放なデザインの狛犬
が出てきます。技術的にもこの
頃がピークでしょう。

日清日露戦争の後では、台座に「戦勝（捷）記念」「凱旋記念」「帰還記念」などと刻まれた狛犬が多数建立されます。国威発揚の意味もあるのでしょうか、狛犬の出来自体は全般に悪くなく、中には古殿八幡神社の狛犬（昭和七年建立。満州事変皇軍戦捷記念）のように、狛犬芸術の最高傑作と呼んでもいい

素晴らしいものもあります。

この狛犬の作者は小林和平といい、古殿八幡の二年前には、地元・福島県石川郡石川町の石都都古別神社参道口にも、凝りに凝った傑作を作っています。私が知る限り、小林和平は狛犬史上、最高の技術と芸術性を兼

戦争と狛犬

ね備えた石工のひとりです。

しかし、太平洋戦争を迎える



古殿八幡神社の狛犬（福島県石川郡古殿町松川） 石工・小林和平。昭和7年10月建立の大傑作。

頃には、徐々に狛犬から芸術性が失われていくようです。

台座に「皇紀二六〇〇年」という年号が刻まれている狛犬をよく見かけますが、これは昭和十五（一九四〇）年のことです。

太平洋戦争開戦前年にあたり、全国の神社では国威発揚を意図した様々な祝典が行われ、その際に狛犬も多数奉納されました。

この時期の狛犬は単純に厳つい顔で、味気ないものも多いのですが、台座を見ると「奉納・

大東亜戦争参加者」「〇

〇村男女青年団」など、

出征する兵士の無事を祈念して建立されたと思われる狛犬もいて、複雑な思いで見つめてしまっています。

中には、「戦死」し

た狛犬もあります。戦前に建立されたブロンズ狛犬の多くは供

出され、この世から姿を消しました。大

阪天満宮、草加氷川神社（埼玉）、子鋏倉稲荷（いわき市）な

どには、現在、石造りの狛犬がいますが、

台座には、戦争のために供出したブロンズ狛犬を石で再建したという記述が残されています。

子鋏倉稲荷の再建狛犬（昭和十一年建立のブロンズ狛犬を昭和二十七年に石で再建）は、山

野辺大五郎という石工の手によるものですが、大五郎はそれより二十七年前の大正十四年、両諏訪神社（いわき市平豊間）に

変わった狛犬を残しています。沼之内弁財天にある安永二（一七七三）年に作られた狛犬のコピーです。

原型である沼之内弁財天の狛犬の台座には、奉納者として山之内戊左門という名前が残っています。青年大五郎は、先祖に思いを馳せながら、石工としての腕を磨いたのかもしれない。

そんな大五郎だからこそ、戦争で失われた狛犬を自分の手で再び甦らせたときの感動はひとしおだったでしょう。

台座を注意深く見てみると、こんな風に戦争を巡る様々なドラマが浮かび上がってきます。

■狛犬鑑定団WEBサイト
<http://komainu.net>

（狛犬鑑定団団長・鐔本能光）

常識と非常識のはざま:

先日、ある企業の社員食堂で奇妙な光景に出くわした。

食堂で日本そばを食べていた若い女性社員たちが、はしと同時にれんげやスプーンを使っているのではないか。たっぷりのつゆの中からそばをつまみあげ、一度れんげやスプーンに乗せて、そこから一切音を立てずに口に運ぶ。あれれ…。

そういえば、ラーメンを食べるときに、れんげにめんを乗せてそこから食べる女性はよく見かけるが、まさか日本そばまでこうして食べているとは。

思わず、そのうちの一人に声をかけてしまった。「どうして、そばをすすらないのですか」。すると、その女性は「音をたててめん類を食べるのは、下品だから」と答えた。

日本そばやラーメンは音を立てて食べているほうが、なんとなくおいしく見

えると思っていただけに、脇でずるずると音を立てて食べる男性の姿とあまりに対照的で、なんだか不思議な気がした。

この食べ方が良いか悪いかという議論は分かれるところだが、こうした食事の

最近マナー事情



時のマナーが変化している。

女性たちはもともとずるずると音を立てて食べることを嫌う傾向にあるようだ。

スパゲティの店に比べて、そば屋に女性客が少ないのも、音のことがあるからかもしれない。それにし

ても食べ方やマナーに対する考え方の変化は、女性たちのライフスタイルの変化によるところが大きい。

日本で最も人気の外国料理とも言えるイタリア料理の中でも、スパゲティは最も人気が高い。めん類を日常的に食べている日本人だからこそ親しみも強いのだろう。

女性は男性より積極的に本格的な西洋料理に親しみ、海外旅行にでかけては、本物の味と同時にマナーをも学んでくる。そのうちに、自分たちの日常のマナーなども無意識のうちに変化してきてしまったのかもしれない。

住まい方、着る物、食べる物。これらの要素の欧米化が進めば、それに伴って今後マナーもますます変わってくる可能性がある。常識だと思っていたことが、そのうち非常識にもなりかねない。女性たちが静かにそばを食べる姿を見て、ふと思った。

(ジャーナリスト 山元 彩)

クレジットカード取扱店の皆様へ

カード売上代金を2日後に入金します。

●原則48時間(2金融機関営業日)以内に、皆様のご指定口座に入金。

●照合事務が簡素化されます。 ●設備投資不要 ●安全なシステム運用

SUNAGE
Bridge Fund System

◎クレジットカード新規加盟手続きもお取次ぎいたします。

◎営業代理店も募集しております。

お問合せ・ご相談は カスタマーセンターへ

フリーダイヤル クル ハヤイ 48時間
0120-9-88148

10:00~18:00
土日・祝日
年末年始は除く

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7F

URL <http://www.sunage.co.jp>

季節の うつろい

砂子水路の桜並木を ▶
田舟に乗って楽しむ
(昨年3月24日、大阪・門真市で)



(財)全国生活衛生営業指導センター賛助会員
(50音順、3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

株式会社サンエイチ
〒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

♪ 「ドッグ・イヤー」
という言葉がある。人

間にくらべると寿命の短い犬は1年で人間の7歳分の年を取るという意味が転じて、IT産業の変化の激しさを表す言葉だ。

だが、IT産業のめまぐるしい変化とは対比的に、世はスロー・フードに代表される、「スローな世界」への渴望は強い。小誌の編集を担当して早1年。これからも世の中のスピードについてゆこうと必死に駆けながらも、目の端に「忘れかけている大切なもの」を常に捉えていたいと思う。(井)

生衛ジャーナル

3月号 平成15年3月発行 通巻341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。