平成16年３月号　昭和48年4月3日第3種郵便物認可
平成16年３月発行　通巻348号（年6回 1･3･5･7･9･11月発行）

この生衛ジャーナルは宝くじの普及宣伝事業として作成されたものです

生衛ジャーナル

編集・発行 財団法人 全国生活衛生営業指導センター

2004
3

年間テーマ

「元気発進、地域から発信！」

●特集「復活」／お店探訪
●特相員だより　愛媛県の高橋晴子さん
●せいえい短信　興行収入が過去最高に
●福島県センターをたずねて

2004.3
SEIEI JOURNAL

目次

巻頭言 …… 1

特集 「復活」

総論 …… 2

お店探訪…… 3～9

江戸の粋㊦ …… 10

センターにゅうす …… 11

厚生労働省健康局から …… 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「医飲同源のススメ」最終回 …… 22

最近マナー事情 …… 23

生衛ジャーナル アンケート結果 …… 24

華やかに咲き誇るしだれ梅（尼崎市難波町で、2003年３月撮影）

原稿・情報をお寄せください

□お店探訪（３～９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。

□センターにゅうす（11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

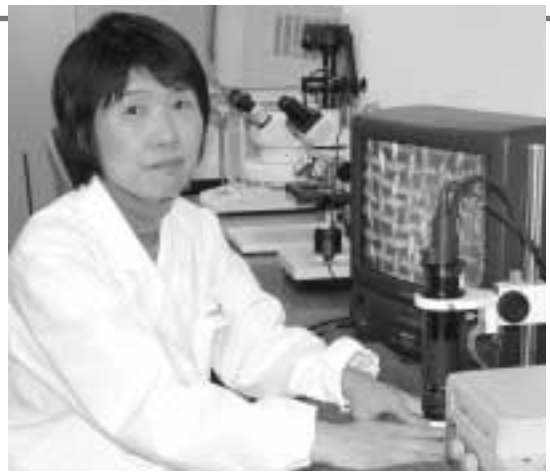
□投稿方法
　郵送、Fax、E-mailで。郵便番号、住所、氏名（匿名希望の場合はその旨を）、電話番号などの連絡先を明記してください。

□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

巻頭言

クリーニング衣料事故とその鑑定



全国クリーニング生活衛生同業組合連合会・試験研究課長
梅澤　典子

クリーニングに出してきれいにしてもらうつもりの衣服が戻ってきたら色落ちしていたり、生地に穴があいていたり、このような経験は個人個人ではそんなにあるものではありませんが、日本国中で何万点という衣服が毎日クリーニングされている中では不幸にも起きています。その原因が何なのかを調べるのが全国クリーニング生活衛生同業組合連合会、クリーニング綜合研究所の重要な業務です。

国民生活センターのデータには、毎年約１万件のクリーニングに関するクレームが上がっています。この数値がすべてクリーニング責任のクレームではないのですが、重複カウントで「安全・衛生・品質機能」の分類に約8000件あり大きな問題です。クリーニングした衣服に生じる事故はクリーニングした後のことなので、クリーニング業者の責任ととかく思われがちです。

衣服を振り返ってみると衣服は人類の歴史と共に歩んでいる人類の英知の賜物です。細い繊維から出発して衣服になるまでの工程は数え切れないほどです。また、生活に欠かせない化学繊維は戦後急速に発展し成熟しきって、今般はハイテクを駆使した新しい感性の素材として次々に登場し、その扱いは一様ではありません。さらにそれらが流通を経て、消費者の手に渡り、消費者は各自の環境の中で着用、保管、クリーニングを繰り返すという、とても複雑な問題を抱えた存在が衣服なのです。そういう衣服をクリーニングして事故が生じた時にクリーニング綜合研究所の事故品鑑定が登場します。

研究所では毎年約500件の事故衣料品を鑑定しています。クリーニング店は自分が失敗したなと思うものは、すでに消費者に賠償していますし、クリーニング店や消費者センターからの説明で消費者が納得した事故品は鑑定には出されませんので、持ち込まれるものはそれぞれ自分の責任ではないと思っている人がほとんどです。責任の所在は毎年同じような傾向で、約６割が顧客責任、約１割ずつがクリーニング業者責任、メーカー責任で、残りは原因がわかってもどこに責任があるか特定できないものになっています。

鑑定の実例をあげると脱色の事故の場合には薬剤が付着して脱色を生じることが多いので、どんな成分の薬剤かについて化学的な分析を行い、日常生活やクリーニング店で使用する薬剤を用いて脱色の状態を再現させて確認することで原因物質を推測します。

虫食い事故なども多く、これらはマイクロスコープで写真を撮り、鑑定書に添付します。ビジュアルな鑑定書は難しい言葉で書かれているものより説得力があり好評で「百聞は一見にしかず」です。

公正中立を心がけ、時にはクリーニング店に辛口の鑑定書にはなりますが、研究所の設立理念である「クリーニング技術の向上と事故防止」を目指すことが消費者の信頼を得てクリーニング業を発展させることだと信じて業務に取組んでいます。

（写真は、マイクロスコープによる観察でクリーニング事故の原因を探る梅澤課長）

総 論

特 集 「復活」

以前より一段の活力向上が必要
情緒とぬくもりへの憧憬…
「連帯感の共有」へ渇望も

日本大学経済学部講師　池田　光男

復活とは、生き返ることや、よみがえることなどの意味がある。また一度やめたものを再びよみがえらせることをいう。ただし、生き返るといっても、従来と同じ状態ではなく、過去になかった新しいものが付け加えられ、より活力が向上することが必要である。

いま、京都では町屋を飲食店など商業施設に転用するブーム状態にあるが、北村さんは京都の文化である町屋を“住まい”として生き返らせたいという思いから、放置されていた町屋を小規模ながら「お宿」への復活にこだわった。京都には、古い都市として歴史的蓄積が数多くあるが、北村さんのように京都の情緒とぬくもりを残したいという気持ちがなければ、本来の町屋の魅力が保てないであろう。

安保闘争で日本中が揺れ動いている60年代、歌声喫茶は最盛期にあったが、その後火が消えてしまった。復活は当時の従業員の情熱にあった。現在の「ともしび」は専門家集団によるステージの質を大事にしていることは昔と変りないが、復活にかけ大きく変化しているのは、従業員自らが各地に出向き多大のエネルギーをつぎ込んでいることである。それを支えているのは、かつて共有した連帯感を再び味わいたいと望む人たちの思いである。

最近の映画館は「迫力のある大画面と質の高い音声」を売り物にしているが、「関内アカデミー」はミニシアターとして芸術性の高い映画を上映することにより、敢えて“時代逆行”の経営方針を貫いてきた。いったん閉館後、「関内ＭＧＡ」として再びよみがえらせ、ミニシアターながらバリアフリーに対応する施設を含めて３スクリーンを有し、上映作品の監督を招いて質疑応答を行う映画講座も開く。シネマコンプレックスと既存映画館との競争が激しくなるなか、復活後も独自の道を切り開いている。

上記３事例は、暖衣・飽食の中で目先きの新しさばかりを求める企業や消費者の行動に対して、古き良き時代の個性や感性の重要性を強く呼びかけている。それぞれの根底にあるのは、時代が変ってもゆるぎない「高品質」の大衆への提供である。

お店探訪

「宿守（やどもり）」。これからの桜の季節、観光客や地元の人のそぞろ歩きでにぎわう京都・東山の三条通で、小さな宿「あずきや」を営む北村チエコは、自らをこう呼ぶ。「あずきや」は、長く使われていなかった北村の自宅の離れを改装した宿で、京都独特の「町屋」と呼ばれる構造を持つ。消える寸前で宿として復活させた町屋を、生まれ育った町で守り続けたいという北村の思いが、この言葉に込められている。（文中敬称略）

◀お茶を飲んでくつろげる「店の間」で話がはずむ（左端が宿守の北村さん）

▼玄関に続く「通り庭」（この奥が台所）
（「あずきや」提供）

あたたか町屋の宿

宿守の北村チエコさん

黒く古びた、だがつややかに光る玄関の引き戸を開けると、鈴がちりちりと鳴って、細長い通り庭、その奥に２人が並んで立てばもう狭い台所。その先は庭だ。通り庭の左手には、表通りに面して出格子をもつ「店の間」。狭い空間を利用した急傾斜の階段は「隠し階段」と呼ばれる。「あずきや」は「うなぎの寝床」の土地を生かした、典型的な町屋だ。酒屋を営んでいた北村の曽祖父の代の築らしい。

お宿「あずきや」

京都市東山区東分木町272
経営者　北村　チエコさん（32）
☎　　075･771･0250
定休日　不定休

定員は２組（２部屋）で、３人と５人が泊まれるが、６人以上の場合は貸し切りとなる。

「母は、宿なんかやるより、早く結婚してほしいと思っているでしょうけど」と笑う北村は、大学で都市景観を勉強し、恩師らの影響で、京都の文化である町屋を残したいと思

復元後　往時の格子窓も黒く、つややかに光ってお客を待つ「あずきや」の玄関先

うようになった。卒業後も大学に残って働きながら、「お化け屋敷のようになっていた」自宅の離れを、何とか生かせないかと考え、宿にしようと決めたのが５年前。

「外観だけでなく、住まいとしての町屋の魅力を感じてもらうには、やはり宿だと。例えば出格子と庭は、いくつかの部屋をまたいで直線でつながっているため、熱がこもらず、とても風通しがいい構造になっています。もうひとつ、日本には自宅の１室を開放しただけのような、安くて気軽な宿は少ないので、外国の方にも喜ばれるのではと思ったのです」

３年前に大学を辞めて準備を始めた。宿に改装するにあたっては、頼み込んで、北村自身も工事に加わった。「ここは私がずっと面倒を見ていかなければならない。だから、町屋のことは全部吸収したいと思いました」。その気概が伝わり、職人かたぎの大工や左官も娘のように接してくれた。町屋の基本の構造も、土壁になっているのは湿気を吸うためであることも、すべて彼らに教わった。外にあったトイレを建物内に移した以外は、往時の状態を復元。あえてエアコンはつけず、夏場は１組に限定して、戸を開け放って風を感じてもらうことにした。

簡易宿泊所の営業許可を取り、昨年（2003年）７月オープン。外国人客を念頭において、門限なし（部屋の鍵と玄関の鍵を渡して出入り自由）、風呂はセルフ、テレビは共有、食事は

㊤㊧表の三条通に面して出格子をもつ「店の間」　㊤㊨来客を迎える正面の小部屋（「あずきや」提供）
㊥「野菜の水切りもばっとできて便利ですが、冬は冷えます！」と台所の土間に立つ北村さん

復元前　北村さんが「お化け屋敷」と称した自宅の離れ（「あずきや」提供）

外食を楽しむ人も多いので朝食のみなど、「自由」なシステムにしたのだが、９割は「町屋の宿で京情緒を楽しみたい」という日本人客だ。

自由さが好評で、夜を徹して遊び歩く若い人はもちろん、「あずきや」の向かいの外資系ホテルでの同窓会の後、仲良しグループが貸し切りで泊まって、夜中じゅう話し込んでいたことも。

「懐かしい〜」と宿じゅうさわって回る50代以上の人たちに、北村が教わることも多い。離れ時代に使われていた、小ぶりのスイカくらいの大きさの「箱」を、台の脚にしていたら、「それ、こたつえ」。その「箱」に熾した豆炭を入れて、こたつの熱源にしたのだそうで、「箱」の中には、いつ頃のものか、確かに灰が残っていた。そんな縁を大切にしていきたいと、北村は願う。

秋の行楽シーズンには平日も予約が入り、リピーターも生まれる盛況で、１人では手が回らないと、これ以上の広告は控えている。

ここ数年、京都府・市とも町屋を活用した産業の創出に力を入れている。町屋再生の研究や、実際の改修工事を請け負う民間組織も生まれ、宿以外にも飲食店やアトリエなどの商業施設として活用されている。「手軽に京情緒を楽しめる」とブームになっているが、北村は、住まいとしての町屋本来の良さを多くの人に体感してほしいという。バブル期の地価高騰や所有者の高齢化で、多くの町屋がマンションや駐車場に姿を変えた。「私の場合は条件に恵まれて、町屋を宿として復活させることができました。思い出に残る旅の一夜を提供するとともに、町屋を残したいと思っている人に、『これなら私にも住める』と感じてもらうきっかけになれば」

「おおきに」の声に送られて辞すると、表はもう暗かった。格子窓の間から、京の町のくらしのぬくもりと知恵を伝えるオレンジ色の光が、細長く、規則正しくもれていた。

㊤㊦町屋の基本構造であり、湿気を吸う役目をしてくれる土壁の補修風景　㊥北村さんが工事に加わったと聞いて、壁紙張りの手伝いに駆けつけた友人の女性たち（「あずきや」提供）

再びの高揚を

「ともしび」店内（ステージ上の４人のうち、左から２番目が司会者、あとの３人は客）

うたごえの店　ともしび

東京都新宿区新宿３―20―６
ＦＳビル６階
店長　大貫　史朗さん
☎　03・3341・0915
営業時間　平日17：30～23：00
日曜・祭日16：00～22：00
金・土曜日のみ　昼間営業
定休日　無休

お店探訪

1960年代前後にブームを呼んだ歌声喫茶が、今も新宿で営業を続けている。歌声喫茶で青春を過ごした世代がリタイアを迎え、ゆとりの時間を持てるようになった今、かつて自分たちを高揚させた歌声喫茶に戻って来た。カラオケとは異なった雰囲気や、そこから生まれる連帯感、そして人間的な交流を楽しむ客の歌声が響き渡る。（文中敬称略）

平日の午後5：30。「ともしび」に集まった客はそれぞれ店の歌集を手に、好みの歌をリクエストカードに書き込む。客のリクエストを見ながら、司会者がその晩のステージ構成を瞬時に決める。

ピアノの伴奏が始まると、司会者の歌声に合わせて店内の客が一斉に歌い出した。テーブルには飲み物や食事が運ばれ、40分のステージが20分の休憩をはさみ繰り返される。店のスタッフがいつの間にか二重唱を歌っていた。「ここ10年でじわじわと歌声喫茶が復活してきました」と司会と広報を担当する小川邦美子は語る。

８年ぶりに来店した55歳の男性客は、20歳の甥と来店した。「誘われて初めて来たのですが、この雰囲気が好きになりました。カラオケにはあまり行きません」と男性の甥は言った。

この日２度目の来店だと言う70歳代の女性２人連れは、「昔は渋谷の歌声喫茶によく出かけていました。この店はすごくいい雰囲気」。２人はお互いの子供が同じ幼稚園に通っていたことで親しくなり、今ではその子供たちも45歳に。「今日は、お父さんが新年会でいないので、出かけてきました」と目を輝かせている。

数曲終わると、相席になった客たちが乾杯を始めた。一緒に歌ったという思いから、初対面であってもコミュニケーションが生まれやすいのだ。

カラオケは「歌のレベルが高すぎる」「点数が出るなど、競う要素がいや」という感想を聞く。「うちはアバウト」と小川が言うように、１人で歌う勇気はないが「大勢でなら楽しい」という客から支持される。歌いたければ歌い、聞いているだけでもいい。積極的にステージで歌うのも歓迎。何時間、店にいてもチャージ料は600円だ。「歌うというのは、心の引き出しを開ける作業。ここは昔の自分を活性化させる場なのです」と小川。最近では昔の文化や、日頃接しない年代の人との会話を求めて若い医学生や看護学生が来店するようになったそうだ。

「店の造りを昔の『灯』とそっくりにし、いつまでも音楽を大切にすることで1960年前後に歌声喫茶を楽しんだ世代の客に喜んでもらう努力をしている」と言うのは、ともしび株式会社の代表取締役、大野幸則。

歌声喫茶は世相を反映する。戦後シベリアから帰国した捕虜が流行らせたロシア民謡は今も定番。シャンソンが流行すると歌声喫茶に波及し、安保闘争時代には労働歌が歌われた。昔の歌集にあった「ヴェトナム行進歌」はベトナム戦争当時、反戦の意味をこめて活動家たちがベトナム語の歌詞を翻訳して流行らせたのだそうだ。最近では沖縄の米軍基地問題の影響からか、「さとうきび畑」やアメリカ同時テロ追悼集会などで世界中で歌われるようになった「アメイジング・グレース」のリクエストが増えた。

歌声喫茶は全盛期の1960年前後には全国に30～40店あった。現在、新宿では２店が存続している。1965年にコマ劇場横の「灯」が閉店すると、音楽活動と「歌声喫茶」の文化を存続させようとする従業員の情熱に対し、客からカンパが寄せられ、客と従業員との共同経営で店を存続させることになった。こうした自主営業は一日単位で場所を借りることから始まった。その後移転を繰り返した末、「ともしび」は1984年から現在の場所で営業している。

1954年に歌声喫茶の草分け的存在として始まった「灯」。現在の「ともしび」は、新宿にあった「灯」２店のうち、新宿コマ劇場隣の店の流れを汲む。店の営業は続いたが、バブルの崩壊などがあり経営状態は決して良くなかった。そこで、従業員が自ら外に出て歌声喫茶を広めようと、注文があると司会者と伴奏者が各地に出向き、店や公民館などで歌声喫茶を“開店”させる「出前歌声喫茶」を10年前から始めた（今では年間約150ステージの予約が入る盛況ぶり）。この営業形体がマスコミで取り上げられ、来客数も次第に伸びてきた。

その他、「ともしび」には店の従業員などで構成される「オペレッタ劇団ともしび」や音楽講座の「ひるまの合唱団」など、店をベースにした様々な企画がある。こうした音楽の専門家集団とステージの質を大切にしてきたことで店が存続しているのだと小川は感じている。

㊤東京・渋谷の「灯」店内（1960年12月）　**㊦手拍子を打って客と合唱する、司会役の小川邦美子さん（写真中央）**

映画人の矜持（きょうじ）

㊧横浜では「ミニシアター」の草分け的な存在だった「関内アカデミー」（「関内ＭＧＡ」提供）
㊨ムービー、ギャラリー、アカデミーの頭文字をとってよみがえった「関内ＭＧＡ」

お店探訪

昨今、映画館はシネマコンプレックス（シネコン）の時代が到来し、施設の形態が様変わりしている。複数のスクリーンを持ち、映画の上映以外にもイベントギャラリー、ショップなどを併設し、映画を核にしたさまざまな楽しみ方を提案する空間と化している。その中で昭和52年のオープン以来25年間親しまれてきた「関内アカデミー」が、昨年、シネコンの発想を取り入れた「関内MGA」として生まれ変わった。（文中敬称略）

関内アカデミーは、まだ『ミニシアター』という言葉が使われていない頃からスタートし、横浜でも草分け的存在だった。現専務取締役の福寿は、「その当時は、全盛期から続いた映画の時代が終ろうとしていました。新しい興業スタイルに移り変わろうとしていたときでもあって、その時代の境目に関内アカデミーを作ったんです」と話す。

当時、福寿はミニシアターのキャリアはなく、作品選びに苦労したという。ミニシアターは施設が小さいというハンディがあるため、上質な作品を上映しなければ差別化が図れない。また、横浜は東京から近いために、同じ作品を上映しても東京で観る人が多く、質が高いと評判の作品でも時間差で上映しなければならなかった。

ところが、そのハンディが功を奏したこともある。横浜に住むサラリーマンや学生の多くは東京へ通うが、評判の作品を見逃した人、もう一度観たいという人も多く、時間差で上映するとたいへん喜ばれた。

「お客さんが観たい作品の傾向がわかれば苦労しません。しかし、相対的にヒットする映画を観れば『なるほど』と思うし、お客さんの選

興行場業「中央興業有限会社　関内ＭＧＡ」

神奈川県横浜市中区羽衣町2−4−5
専務取締役　福寿　祁久雄（きくお）さん
電話　０４５・２５２・３６９７
定休日　なし

館内の受付カウンター。スタッフたちは作品選びに力がはいる

び方は正しいと思います。その意味では、我々が生き方をしっかりもっていなければ、自信をもって作品を上映できません」

福寿は、神奈川県内でシネコンがどんどん増える現状をみて、ミニシアターならではのあり方を真摯に考えている。それが形となって現れたのが「関内MGA」だ。MGAとは、ムービー、ギャラリー、アカデミーを意味している。関内アカデミーは、映画関連ギャラリーを備えた新しい形態の映画館として、シネコン時代の潮流の中に復活した。

館内はムービー１（１Ｆ）、ムービー２（３Ｆ）、ギャラリー（４Ｆ）から構成されている。ムービー１は56席（うち車椅子対応２席）・ドルビーデジタル方式（SRD）、ムービー２は50席・ドルビー方式（DS）。そしてギャラリーは30席、16mm・DVD・VHS対応のカフェスタイルの上映会向けスペース。映画関係者を招いて開く「映画講座」、映画に関するイベントを催している。

この新しい施設は、福寿の下で興行の仕事を勉強している佐原功が任されている。その彼は、「ここに来るまでは出版関係の仕事をしていて、その頃に専務と知り合って弟子になったんですよ。興行界に50年もいる人は、周りを探してもいませんから…」と話す。

福寿が映画館で仕事を始めたとき、黒澤明監督の『七人の侍』、そのすぐ後に小津安二郎監督の『東京物語』が公開された。映画史に残る二つの作品は福寿の心に焼きついている。その名画へのこだわりと、横浜という地域性を大切にする気持ちもあるのだろう。

「東京のヒット作品と横浜のヒット作品は、ほんとうはどこかが違うと思います。その違いを見極めるのが難しい。それでも、横浜の人たちが元気になれる作品を選んで、地域が活気づく手助けができればと思っています」と、やはり作品選びに力が入るようだ。

新しい時代の流れの中で復活した「関内MGA」。その根底に流れる作品へのこだわりは、映画人の一人として生きてきた福寿のこだわり、矜持（きょうじ）でもある。そのこだわり、矜持の中に映画への愛情があふれていた。

映画興行50年のキャリアをもつ福寿さん（左）から映画人のこだわりを学ぶ佐原さん

江戸の粋 ㊦

東京都新宿区指定無形文化財
戸塚囃子

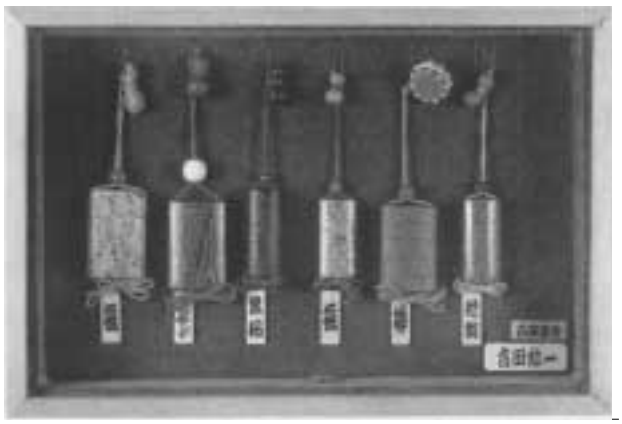
粋。辞書には「気質、態度、身形などがさっぱりとして、垢抜けている事」とある。

「粋な年寄り」を子どもの頃よく見かけたが、年金を貰える歳となった今、祭りの中に「粋」が見つからない。年間十回以上、祭禮の神楽殿や山車の高い場所で笛を吹き、祭りを見ているが、神輿を担ぐ人の身形はいたゞけ無い。汚れた半纏、帯無し、タオルの鉢巻き。野暮の極みだ。

祭りの中に江戸文化と粋とが凝縮している。着物・半纏・帯・手拭い・合財袋・印籠・根付・千社札など。これらを教わらずに自作して使っている。着物は大好きで、年中着ている。一寸した旅行は着物で出掛ける事も多い。

半纏は、書家・本木青岳書の草書で評判の粋なものだ。帯は、頭（鳶）と云う素晴らしい身形をぜひ真似て欲しい。

祭りの中に粋が凝縮



祭りごとに自作する。手拭いも毎回地色を変えたり、多色刷りの自分のを数種持つ。

合財袋。今では作品展も出来る程数多く手作りしており、頭や各連が喜んで使っている。袋は持ち方一つで粋が表せる便利な品だと思う。

印籠は特別な思いがあって、北海道・新冠町の楓の瘤で作り始め、第十四回ハンズ大賞を受けた＝写真右＝。その作品は全て新冠町に寄贈、今も町に飾られている。その後、日本を代表する蜻蛉玉作家の作品にも展示される栄を得た。

千社札。日本が世界に誇れるデザインだ。囃子を始めて間もなく、独学で江戸文字を学んだ。もう二千種を超す札を書いたと思う。札は江戸時代に流行り、社寺への参拝に張ったもので、一種の名刺みたいに使っている。紙札だけでなく、今は木札に凝って、半纏袋、携帯等に付けて皆から羨ましがられている。半纏の衿から一寸見えるのも仲々粋なもの。札については、年賀状に納札額を書いて、キャノンの年賀状展で優秀賞を貰った事もある。

呼ばれてあちこちの祭禮に行くと、大勢の人に世話になる。当初は葉書で礼状を書いていたが、度重なると下手な字では辱かしくて、印を作ったり俳句を書いたり。二進も三進もゆかなくなり、六年前から絵を画き始めた。思いの他好評（？）で、つい調子に乗り、絵手紙礼状となった。今では頼まれて、十五回も個展を催させて貰っている。

前にも書いたが、祭り囃子を教えている新冠町は、私にとって「粋」という作品の一種の展示場かもしれない。東京から遠く離れたこの町に、何時か粋を求めて訪れる人が出てくれると思っている。

「粋に生きたい」と云う思いを、祭りを通して江戸文化と粋の世界に浸っている自分が事の他大好きなのだろう。

指導センター事務職員研修会、47名が参加

当全国指導センターは２月27日、東京都港区新橋の「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事務職員47名の参加を得て、研修会を開催しました。

事務職員研修会は､生衛関係営業者に対して、より適切な指導・助言を行えるよう、都道府県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です。

午後１時30分、全国センターの開会あいさつに続いて、公認会計士の長田信也氏が「公益法人会計の経理と税務」と題して２時間にわたって講演しました。

続いて、国民生活金融公庫生活衛生企画部調査課の足立秀機課長が「生衛業における経営の現状と課題」と題して１時間にわたって講演し、デフレ不況下で生衛業が抱える問題点について融資状況を交えながら、わかりやすく解説しました。その後、事例検討に入り、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し、今後とも一層の効果的な指導・助言に取り組むことを誓い合い、閉会しました。

平成16年度 局長表彰を行う大会・総会等開催予定表

業　種	日　程	開催地	会　　場	名　　称
氷　雪	５月18日（火）	熱海市	古屋旅館	平成15年度通常総会
興　行	５月26日（水）	香川県琴平町	紅梅亭	全興連平成16年度「通常総会」四国大会
食鳥肉	５月27日（木）	高山市	高山グリーンホテル	全国食鳥肉連合会岐阜県大会
クリーニング	５月28日（金）	東京都	ホテルニューオータニ	全ク連第46回通常総会
飲　食	６月８日（火）	名古屋市	名古屋国際会議場	第42回全飲連全国愛知県大会
喫　茶	６月14日（月）	さいたま市	パレスホテル大宮	第49回全喫飲連全国大会埼玉大会
旅　館	６月16日（水）	札幌市	札幌コンベンションセンター	第82回全旅連全国大会（通常総会は６／15定山渓）
食　肉	６月17日（木）	東京都	グランドパシフィックメリディアン	第45回通常総会東京大会
社　交	10月４日（月）	さいたま市	大宮ソニックシティ	全国社交飲食業代表者埼玉大会
中　華	10月５日（火）	横浜市	パシフィコ横浜会議センター	第37回全国中華料理業神奈川大会
料　理	10月５日（火）	山形市	オーヌマホテル	第92回全国料理業山形大会
麺　類	10月６日（水）	札幌市	札幌プリンスホテル	第70回全国麺類業飲食者・北海道大会
理　容	10月18日（月）	愛知県	未定	第134回臨時総会（５／28、３／４総会）
す　し	10月19日（火）	松江市	島根県民会館	第47回全国すし連島根大会
浴　場	10月25日（月）	福岡市	ホテルオークラ福岡	第46回全国公衆浴場業者福岡県大会
美　容	11月15日（月）	鹿児島市	鹿児島アリーナ	第32回全日本美容技術選手権大会
中央会	10月28日（木）	東京都	ホテルニューオータニ	大臣・理事長表彰式

建築物衛生法施行規則の一部改正について

〇趣旨

平成15年７月２日に公布された「公益法人に係る改革を推進するための厚生労働省関係法律の整備に関する法律（平成15年法律第102号）」及び平成15年５月30日に公布された「水道水質基準に関する省令（平成15年厚生労働省令第101号）」の施行に伴い、建築物衛生法施行規則の一部改正が行われました。

概要は以下のとおりです。

〈公益法人改革関連〉

〇改正の必要性

公益法人が国から委託を受けて行っている検査等の事務については、「公益法人に対する行政の関与の在り方の改革実施計画」(平成14年３月29日閣議決定）において、公益法人に対する国の関与を最小限のものとするため、現行の指定機関による実施から登録機関による実施へと変更する等の措置が決定されました。

これを踏まえて、第156回通常国会にて「公益法人に係る改革を推進するための厚生労働省関係法律の整備に関する法律（平成15年法律第102号)」が成立したため、本法の施行等に伴い、建築物衛生法施行規則の整備を行ったものです。

〇改正の内容

⑴　浮遊粉じんの量を測定する機器について較正を行う者について

現行の指定制度を廃止し、省令で定める要件に適合していると認める者から申請があれば、厚生労働大臣は登録しなければならないこととなりました。

⑵　建築物環境衛生管理技術者講習を行う者

公益法人に係る改革を推進するための厚生労働省関係法律の整備に関する法律（平成15年法律第102号）によって、同法で定める要件に適合していると認める者から申請があれば、厚生労働大臣は登録しなければならないこととなりました。

⑶　清掃作業監督者、空気環境測定実施者、ダクト清掃作業監督者、貯水槽清掃作業監督者、排水管清掃作業監督者、防除作業監督者、統括管理者、空調給排水管理監督者の講習・再講習を行う者

現行の指定制度を廃止し、省令で定める要件に適合していると認める者から申請があれば、厚生労働大臣は登録しなければならないこととなりました。

⑷　清掃作業従事者、ダクト清掃作業従事者、貯水槽清掃作業従事者、排水管清掃作業従事者、防除作業従事者の研修を行う者

現行の指定制度を廃止し、省令で定める要件に適合していると認める者から申請があれば、厚生労働大臣は登録しなければならないこととなりました。

〇施行期日

平成16年３月31日から施行

〈水道水質基準改正関連〉

〇改正の必要性

今般、水道法（昭和32年法律第117号）第４条に基づく水質基準に関する省令（平成４年厚生省令第69号）が廃止され、新たに水道水質基準に関する省令（平成15年厚生労働省令第101号）が平成15年５月30日に公布されました。

同規則は、平成16年４月１日に施行されることとされていますが、建築物衛生法施行規則第４条は当該規則を引用していることなどから、該当部分等について所要の改正を行ったも

のです。

○改正の内容

建築物衛生法施行規則第４条に基づく水質検査は以下のとおり実施することとなりました。

１．水道水又は専用水道から供給を受ける水のみを水源としている場合

ア．６ヶ月に１回：一般細菌、大腸菌、硝酸態窒素及び亜硝酸態窒素、塩化物イオン、有機物、pH値、味、臭気、色度、濁度、鉛及びその化合物、亜鉛及びその化合物、鉄及びその化合物、銅及びその化合物、蒸発残留物

イ．１年に１回：シアン化物イオン及び塩化シアン、クロロホルム、ジブロモクロロメタン、総トリハロメタン、ブロモジクロロメタン、ブロモホルム、クロロ酢酸、ジクロロ酢酸、臭素酸、トリクロロ酢酸、ホルムアルデヒド

２．地下水その他の１．以外の水を水源の全部又は一部としている場合

ア．給水の開始前：水道水質基準に関する省令（平成15年厚生労働省令第101号）の上欄に掲げる全ての事項

イ．６ヶ月に１回：一般細菌、大腸菌、硝酸態窒素及び亜硝酸態窒素、塩化物イオン、有機物、pH値、味、臭気、色度、濁度、鉛及びその化合物、亜鉛及びその化合物、鉄及びその化合物、銅及びその化合物、蒸発残留物

ウ．１年に１回：シアン化物イオン及び塩化シアン、クロロホルム、ジブロモクロロメタン、総トリハロメタン、ブロモジクロロメタン、ブロモホルム、クロロ酢酸、ジクロロ酢酸、臭素酸、トリクロロ酢酸、ホルムアルデヒド

エ．３年に１回：四塩化炭素、１，１－ジクロロエチレン、シス－１，２－ジクロロエチレン、ジクロロメタン、テトラクロロエチレン、トリクロロエチレン、ベンゼン、フェノール類

○施行期日

平成16年４月１日から施行

国民生活金融公庫における「高病原性鳥インフルエンザ関連特別相談窓口」の設置について

（平成16年１月28日）

高病原性鳥インフルエンザの発生によりタイ、中国等の家きん肉等の一時輸入停止及び消費減退等により影響を受けた、飲食店及び食鳥肉販売業者等、生活衛生関係営業者の資金調達に支障を来たすことのないよう、国民生活金融公庫に高病原性鳥インフルエンザ関連特別相談窓口を全国152の店舗に設置しております。（鳥インフルエンザに関する情報は厚生労働省ホームページでご覧になれます。）http://www.mhlw.go.jp

生活関連企業の景気動向等調査概要

―― 平成15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15年10～12月期の調査結果の中から一部をご紹介します。

依然として厳しいものの改善の兆しも窺える生活関連企業の景況
－売上DIはわずかながら低下するも、業況DIは3期連続で上昇－

（概況）

「業況」「売上」の各DIをみると、今期の売上DIは、前期に比べてわずかながら低下しましたが、業況DIは上昇しています。業況・売上DIは引き続き低い水準にありますが、業況DIは３期連続で上昇し、３年ぶりに▲30台となっており、生活関連企業の景況は依然として厳しいものの改善の兆しも窺えます。

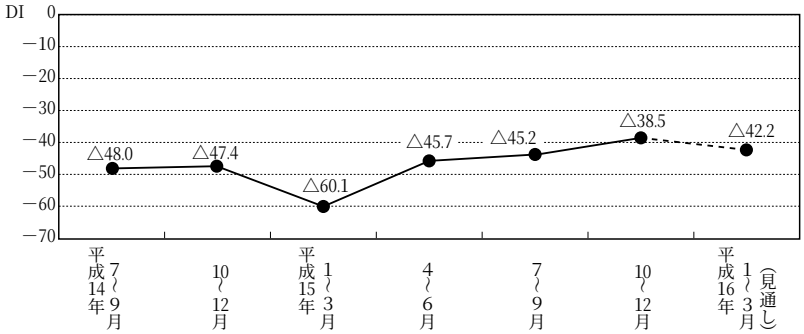


図１　業況DIの推移（全業種計、前期比）

（1）業況

平成15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▲38.5と前期に比べて上昇しています。

来期については、例年１～３月期は業況が低下する状況にあることから、▲42.2と今期に比べ3.7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、忘年会シーズンを迎えた「飲食業」や前期DI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、前期に夏場の需要で大きく上昇した「氷雪販売業」「映画館」が大きく低下しています。

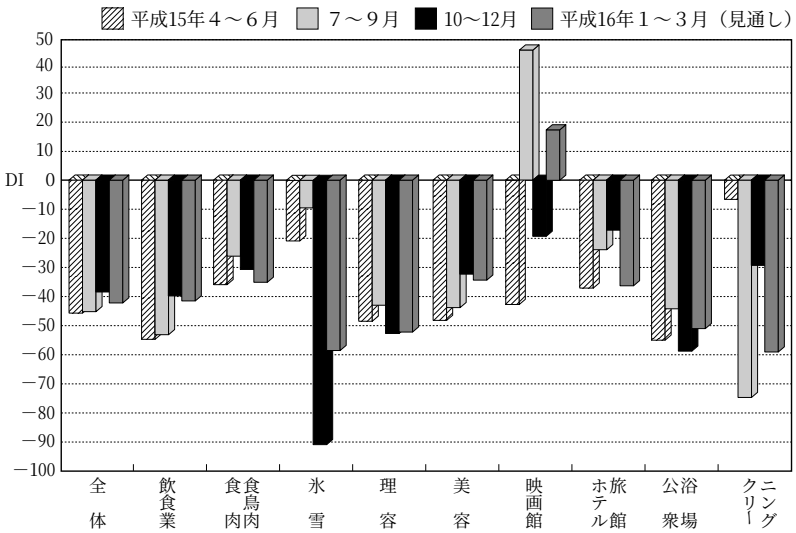


図２　業種別業況DIの推移（前期比）

来期は、「氷雪販売業」「映画館」「公衆浴場業」などの４業種で上昇を予想しています。（図２）

（2）売上

15年10～12月期の売上DI（前年同期より「増加」企業割合－「減少」企業割合）は、▲48.7と前期に比べ1.8ポイント低下しています。13年9月のBSE感染牛確認の影響から回復傾向にある「食肉・食鳥肉販売業」のDIは、マイナスながらも他の業種と比べて上位にありますが、年末年始に米国でのBSE感染牛確認、鳥インフルエンザの発生が起こっており、今後の動向が注目されます。

来期については、「氷雪販売業」「ホテル・旅館業」を除く7業種で上昇する見通しとなっており、特に「飲食業」「理容業」「美容業」などで大幅な上昇を見込んでいます。（図3）

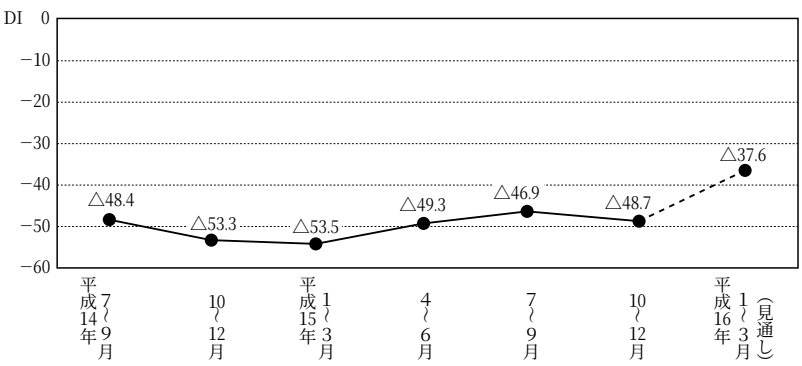


図3　売上DIの推移（全業種計、前年同期比）

今期調査の特別調査として、生活関連企業における雇用動向について調査を行っています。この調査の中で雇用に関する課題についてヒアリングを行っていますが、全業種計では「人件費の削減」48.6％、「従業員の能力・技術の向上」40.2％、「従業員の高齢化」35.6％の順になっています。

業種別にみると、「飲食業」「映画館」「ホテル・旅館業」など6業種で「人件費の削減」が第1位になっています。また、「美容業」で「従業員の能力・技術の向上」が、「公衆浴場業」と「クリーニング業」で「従業員の高齢化」が第1位になっています。この他に特徴的なものとして、「従業員の定着化」では「美容業」の割合が高くなっており、せっかく時間をかけて育て上げた従業員が辞めてしまうなど優秀な人材の確保に苦慮していることがわかります。また、「正社員からパート・アルバイトへの切替」では「ホテル・旅館業」の割合が高く、人件費削減のために行っているパート・アルバイトへの切替が思うように進んでいないことが窺えます。（表）

表　雇用に関する課題

	雇用に関する課題（複数回答）					
	人件費の削減	従業員の能力・技術の向上	従業員の高齢化	従業員の 定着化	正社員からパート・アルバイトへの切替	採用難
全業種計 N＝2,881	(48.6) 1,401	(40.2) 1,157	(35.6) 1,027	(20.2) 583	(15.2) 439	(13.7) 395
飲食業 N＝1,295	(52.1) 675	(39.6) 513	(34.0) 440	(20.6) 267	(16.2) 210	(11.9) 154
食肉・食鳥肉販売業 N＝178	(47.2) 84	(30.9) 55	(46.1) 82	(14.6) 26	(19.7) 35	(7.9) 14
氷雪販売業 N＝49	(55.1) 27	(36.7) 18	(28.6) 14	(24.5) 12	(8.2) 4	(14.3) 7
理容業 N＝349	(47.6) 166	(44.7) 156	(32.1) 112	(22.6) 79	(4.6) 16	(23.2) 81
美容業 N＝328	(37.5) 123	(59.5) 195	(22.6) 74	(27.1) 89	(10.7) 35	(17.7) 58
映画館 N＝61	(60.7) 37	(41.0) 25	(14.8) 9	(24.6) 15	(27.9) 17	(9.8) 6
ホテル・旅館業 N＝260	(50.4) 131	(40.4) 105	(36.5) 95	(16.9) 44	(30.8) 80	(8.1) 21
公衆浴場業 N＝123	(36.6) 45	(9.8) 12	(65.0) 80	(10.6) 13	(4.9) 6	(24.4) 30
クリーニング業 N＝238	(47.5) 113	(32.8) 78	(50.8) 121	(16.0) 38	(15.1) 36	(10.1) 24

（　）内は全体数（N）に占める割合

クリーニングのクレーム処理は初期対応が肝心

〈全国消費生活相談員協会消費生活専門相談員　阿部　一恵〉

全国の消費生活センター等に寄せられている2003年度の相談受付件数は、昨年度（832,644件）の2倍近くの150万件と予想されています。この数字は10年前の7倍に迫る勢いです。

その要因としては、今、社会問題にもなっている携帯電話等の架空・不当請求に関わる苦情相談の急増といっても過言ではありません。

相談件数の推移

全国の消費生活センター等で受付けたクリーニングに関する相談件数は、2002年度までの5年間は、11,000件ベースで推移していましたが、2003年度は1万件を下回ることが予想されます。全体の相談件数がうなぎ登りですから、相対的には受付順位は下がることになります。2003年4月から本格的に運用が開始されたクリーニング事故防止システムが機能しているのでしょうか。

しかし、2002年度のデータベースを、相談内容別に分類してみると、「品質」（仕上がり具合等）に関してのクレームは1位、「接客対応」については、貸金業に次いで2位というデータがあり、依然として解決すべき課題が多い事がうかがえます。

今回は、日々の相談の中で、実際に受けたクリーニングに関する事例を紹介しながら、クリーニング店のクレーム対応について、消費生活相談員として、日頃感じている事を述べたいと思います。

【事例1】婦人セーターの穴キズ

セーターをクリーニングに出したら、2箇所に穴が開いて戻ってきた。クリーニング店主は「ネットに入れて洗ったので、クリーニングでは起こり得ない。責任は無い」との一点張りで、文句があるなら消費生活センターに行け、と話し合いに応じない。

【処理】

クレーム品を相談者に持参してもらい詳しく調べると、もう１箇所穴あきが見つかった。しかし、穴の周りの糸状態を見ると、何かに引っかかったような糸の引きつれ等が全く無いことから、クリーニング事故とは考え難く、衣料害虫による食害の可能性が高いと判断。東京都消費生活総合センター技術支援課へ検査依頼をした。やはり、繊維の切断面から食害であるとの報告を受け、クリーニングに原因なしとの結論を得た。

とは言え、購入10日目であることから、消費者の自宅での保管中に起きた事故とは考え難く、販売店へ問い合わせた。フランス製のブランド品で船便での輸送中に害虫による食害を受けた可能性が高い、という回答があり、代替品が提供された。

【問題点】

受付時のカウンターチェックを丁寧にすることによって防げるクレームです。原因がクリーニングに無いケースであっても、検査データ等を示し誠意を持って対応することの大切さを痛感したケースでした。利用者に「2度とこの店を利用したくない」と言わせないために…。

【事例2】べたつき、縮んでしまった紳士用コート

購入3年目、着用5～6回の紳士用コートをクリーニングに出したら、袖、裾が縮んで戻ってきた。全体にべたつきがあり着用できない。クリーニング店主、『取扱い絵表示どおり洗ったので責任は無い。メーカーに責任があるので、この商品の販売代理店に掛け合ったが、「ボンディング加工の経年劣化が原因、責任なし」との回答だった。こちらにも責任が無い。文句があるなら消費生活センターに行け』と詳しい説明もないまま、クレーマー扱いされた。

【処理】

ポリウレタン樹脂製品の劣化には複合的な原因があるが、この商品は購入後の経年劣化がクリーニングにより顕在化・拡大化したものと推測。クリーニン

グ店に、クリーニング賠償基準では「樹脂製品の使用年数は2年。使用年数を過ぎたものは賠償責任なし」とされているが事故がおきた後では、消費者に製品の特性を説明しても理解を得ることは難しいと伝えた。

クリーニング店より、外国の組成表示からポリウレタン混合率が26％であること、また、取扱い絵表示からタンブラー乾燥が不可であることも認識し、収縮等の事故の予測は付いたが、断れず洗ってしまったとの説明あり。

一方､消費生活センターより、販売代理店へ外国の取扱い絵表示のみで、日本の組成表示も取り扱い絵表示も無いのは問題であること。この取扱い絵表示だけでは、日本の商業ドライで事故が起きる可能性が高いこと。また、販売時に問題の多い樹脂製品の特性及び取り扱いについての注意タグ等が商品に付いて無かったことなどを指摘した。

結論は、クリーニング賠償基準により、再取得価格の30％（販売代理店23％、クリーニング店７％）の賠償額で合意となる。

【問題点】

まず、受付時のカウンターチェックの段階で商品の組成表示・取扱い絵表示、衣類の表面のべたつき等を丹念に調べることが重要です。また、購入年月日の聞き取りをするなどし、ポリウレタン樹脂製品の平均使用年数は２年程度であることを情報として伝えることが必要だったのでは…。クリーニングすることにより、劣化が明瞭化する可能性があることを説明し、理解が得られなければ断る勇気も大切です。消費者に、「次回よりファッション性重視だけでない、より良い商品選び」をしてもらうために…。

また、たとえ、取扱い絵表示どおり洗ったとしても、指示どおり洗ったから責任なしとのクリーニング店の主張は問題です。取扱い絵表示は、本来、消費者に向けての情報提供であり、クリーニング業にとっては参考程度のものであるからです。

クレーム処理は厄介？…

クリーニング店に持ち込まれるクレームの半数は、消費者・メーカー側に原因があるとのデータがあるにも関わらず、処理が長期化、複雑化するのはなぜでしょう。事故後に事故原因の調査を経て、その報告を分かりやすく丁寧に説明し、消費者の理解を得る努力が足りないのではないでしょうか。簡単に処理できるケースでも､複雑になり、怒鳴り合いになるケースも多いと聞きます。仕舞いには、この事例のように「文句があるなら消費生活センターに行け」と、クリーニング店が責任を放棄した。との苦情が入ることも少なくありません。

消費生活センターは第三者機関として、当事者間のトラブルの緩衝材的役割も果たしていることも確かです。しかし、案内する際は、クリーニング店としての見解を十分に示し「納得できなければ、消費生活センターの中立的なアドバイスも受けてみては」と。消費者が感情的になっていたとしても、プロとして、冷静・的確な対応をすることが望まれます。

クリーニング業　受難の時代…

新素材による繊維製品の登場や、素材の判らない外国製品の持ち込みなどにより、クリーニングトラブルも益々、高度化・複雑化しているというのが実感です。

クリーニング事故の原因は解明できても、その原因の生じた時点が着用時なのか、クリーニング処理中なのか、または製品自体に問題があったのか、判断が難しい相談が増えています。その原因としては、やはり、受付時のカウンターチェックの甘さが挙げられるのではないでしょうか。クレーム処理を最小限にとどめるには、受付時のカウンターチェックとクレーム時の初期対応に尽きると言っても過言ではないでしょう。これが相談現場にいる私の実感です。

特相員だより――街の知恵、地域の心

融資受け、頑張る店主を目の当たりにできるのは役得

□愛媛県美容業生活衛生同業組合・特相員□

高橋　晴子

この業界に身を置くことになったのは、戦争未亡人として苦労した叔母のひと言でした――「これからの女性は手に職がなくては…」。昭和32年ごろ、見習生として美容院に就職、昭和38年に独立し、現在に至っています。

平成３年４月、支部長に懇願され、愛媛県美容業生活衛生同業組合の特相員になりました。平成４年から11年まで、愛媛県美容業生活衛生同業組合の監査役に、11年５月から12月まで、県の理事と松山支部長代理を務めました。還暦も過ぎたので、これまでの役職をすべて辞めさせてもらいました。今は特相員だけを務めています。

モットーは「美容業経営の向上のお手伝い」。誠心誠意アドバイスさせていただきながら、融資を受けたい方ができるだけ借り入れられるようにお手伝いすることです。

やる気のある方が融資を受けて店を改造したり、開店して頑張って成功している店主の姿を目の当たりにできることは、特相員としての役得だと思います。特相員でなければ、そうした嬉しさ、生き甲斐を感じられなかったでしょう。

近ごろ痛感するのは、安易に美容業を志望する若い人が多く、親掛かりで店をはじめたものの、銀行からお金を借り集め、あげくの果てに経営環境をひどく悪化させてから融資を受けようとするケースが目立つことです。

最後に言いたいのですが、美容師としてのプロ意識が、今の若い人にとってかえって負担になっているようです。結果として、美容師としての技術レベルも低くなっているという印象を強くします。

原稿を募集しています

送り先などは表紙の裏をご覧下さい

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

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

興行収入、最高の2,032億円

昨年の劇場公開映画の興行収入が過去最高の2,032億5,900万円を記録した。日本映画製作者連盟（映連）が１月29日に発表した。

「踊る大捜査線 THE MOVIE ２／レインボーブリッジを封鎖せよ！」などヒット作が相次いだのに加え、スクリーン数の増加も観客動員を後押しした。これまでの最高は宮崎駿監督の「千と千尋の神隠し」が上映された2001年の2,001億5,400万円だった。

発表によると昨年の興行収入は、前の年に比べ3.3％増加、入場者数は同1.0％増の１億6,235万人だった。

邦画のうち、「踊る大捜査線２」がアニメを除く日本の実写映画で過去最高の173億5,000万円の興行収入を記録。2002年に初めて30％を切った邦画だったが、「黄泉がえり」「座頭市」などの人気で同26.0％増の671億円、興行収入全体の33.0％を占めるなど健闘した。

洋画は「ハリー・ポッターと秘密の部屋」の173億円がトップで、ほかに「マトリックス・リローデッド」（110億円）「ターミネーター３」（82億円）など有力シリーズものが公開されたが、同5.1％減の1,361億円にとどまった。

映画館のスクリーン数は2,681と46増加。シネコン（複合映画館）を中心に新たに170増えた反面、老朽化した映画館の閉鎖も相次いだ。

なお、公開本数は622本で、うち邦画が287本、洋画が335本だった。

http://www.eiren.org/

せいえい短信

「税完納推進の店」宣言

兵庫県理容生活衛生同業組合須磨、垂水両支部（計137店加盟）は１月20日、同市の国民宿舎「シーパル須磨」で「消費税完納推進の店」の宣言式を行いました。完納推進の店は、消費税導入後、各地のキャンペーンで納税を呼びかけ、啓発を進めています。

４月からの税制改正で課税対象の事業者が増えることから、加盟店が率先して納税することでイメージを向上させようと、両支部が連携して近畿地方の理容業界で初めて取り組むことにしたものです。

各店では、「消費税完納推進の店」と記したステッカーを張ってPRしています。

泡盛カクテルを競う

「サザン・アイランド沖縄をイメージさせるような作品を」――沖縄県社交飲食業生活衛生同業組合は組合創立30周年を記念して２月15日、那覇市内のホテル沖縄で沖縄伝統の地酒「泡盛」をベースに使ったカクテル・コンテストを開催しました。

当日は67名が出場、ショートとロングの２部門で技を競い、入賞者に賞状とトロフィーが手渡されました。

主な入賞者は次の通りです（敬称略）。▽最優秀賞（内閣総理大臣賞）＝沖縄県・守田結子「緋寒桜」▽ショート部門優勝（県知事賞）＝沖縄県・糸満武志「ルート58（ゴーヤー）」▽ロング部門（同）＝東京都・北村聡「パシフィック愛ランド」▽審査員特別賞＝福岡県・大熊雅治「美ら海の宝庫」▽ベストネーミング賞＝沖縄県・古田秀則「なごみさくら」

http://www.zensyaren.or.jp/topics/awamori.htm

この頁の情報は、生衛関連団体のホームページなどから集めました。

福島県生活衛生営業指導センター

福島市三河南町１番20号
　コラッセふくしま７階
理 事 長　紺野　昭治氏
専務理事兼事務局長
　　山内　東一氏
職 員 数　５人
　（うち経営相談員３人）

紺野　昭治・理事長

山内　東一・専務理事兼事務局長

昨年７月、JR福島駅西口に完成した「コラッセふくしま」に同指導センターは事務所を移転した。12階建ての同施設は、（社）福島県商工会館が建設主体となり、中小企業を総合的に育成、支援していく「中小企業振興拠点施設」として、また市民生活の向上を図る目的で県と市､商工団体が共同で建設した。「コラッセ」とは福島の方言で「どうぞお出でください」の意味だ。建物には福島県経営支援プラザ、福島県産業振興センター、福島商工会議所、福島県商工会連合会などが入居し、県内の中小企業を総合的に支援する体制が整っている。館内では中小企業の経営改善に関する各種相談事業や人材育成の支援や中小企業向けの「ホームページ作成講座」など各種サービスを提供している。雪を頂く雄大な吾妻連峰を一望する同センターでは、地の利を生かし、ますます指導に力が入る。

県指導センターが入居している「コラッセふくしま」のビル全景

■組合員の増員が課題

同指導センターは13の生活衛生同業組合の理事長等18名の理事で構成されている。生同組合は、①興行②クリーニング③理容④美容⑤公衆浴場⑥旅館ホテル⑦飲食業⑧食肉⑨すし⑩料理⑪社交飲食⑫喫茶飲食⑬中華飲食の13業種で組合員数は8732人に上る（平成15年4月1日現在）。組合員数は減少傾向にあり、各組合とも対策に苦慮している。

■融資決定額は減少

窓口相談では融資に関するものが９割を占める。平成15年４月から12月には285件の相談が寄せられた。前年より100件近く増加した。国民生活金融公庫の一般貸付は、H15年４月～11月までの実績で、78件の推薦に対し、64.7％（44件）の実行率であり、推薦金額は10億4685万と対前年比3.3％増だが決定金額は３億3510万で対前年比62.5％に留まっている。

こうした背景には創業者については無理な開業計画や自己資金不足、そして担保や保証能力の不足が目立ったこと。大口の融資額の申し込みの否決などによるものと考えられる。また既存店では、不況による赤字が連続し、体力不足等による担保不足があげられた。「景気は上向きだと言われているが、地方に関してはまだまだ厳しい状況だ」と山内専務理事は地方経営者の問題を指摘する。

最近では美容院の開業が増えたことで美容業からの申請が増加している。これは、ファッション性を重視し、美容室を利用する若い男性が増えたことと、県内に既に4つある美容師養成施設に加えて、昨年更にもう１施設郡山市に開設したことからもわかるとおり、美容師と美容院の需要の伸びが考えられる。

■保健所と共催で講習会開催

今年の２月５日には保健所と共催で「循環式浴槽のレジオネラ症防止対策」の講習会が専門の外部講師を招き白河市で開催され、旅館や公衆浴場、そして高齢者向け入浴サービス事業関

全国初 相互利用割引制度の実現へ連携

係者など約50名の組合員が参加した。

平成14年には全国で死者８名と約300名の発病が報告された問題だけに、出席者は、「年に何回検査すれば安全か？」「どういう消毒を行えばいいか？」など熱心な質問があり、関心の高さが伺えた。

■消費者との懇談会主催

昨年11月末には同指導センター主催の「理容・美容・クリーニング業界と消費者との懇談会」が会津若松市のホテルにおいて開催された。日頃利用している消費者の意見を参考にすることと標準営業約款のPRを兼ねたこの会では、紺野同センター理事長が座長となり、業界組合の幹部など５名と消費者代表６名が出席し、２時間以上にわたり活発な意見交換が行われた。

業界からは、経営者の高齢化と後継者問題､技術者の定着難、激安店・深夜営業店の進出と不況による低価格競争による売上の減少などの現状報告があった。

同センターの紺野理事長は「業界を育てるのは消費者。厳しい目で見て助言を頂きたい。店主に直接申し出て頂きたい」と今後の業界の健全な発展を促した。

■標準営業約款

標準営業約款の登録件数は、平成15年３月末現在で2605件。理容業では約半数の店が登録しているが、美容業、クリーニング業ではこの登録率が低い状況にある。

Ｓマークの普及促進については、同指導センターの組合員向け広報紙、「生衛ふくしま」（年４回発行、1,500部）等で呼びかけを行っている。同時に同広報紙ではセンターの主催する講習会や研修会の報告、組合が行った消費者アンケート結果などを掲載し、組合員の情報の共有に役立てている。

■全国初、相互利用割引制度

平成15年11月には県生活衛生同業組合連合会と連携し、２年にわたって準備してきたSE制度の導入にこぎつけた。SEとは「福島県生活衛生同業組合相互利用割引制度」の愛称で、「生活」の頭文字Ｓと「衛生」のＥを取って命名された。

この制度は、13組合の組合員のお店とその家族及び従業員が利用するとき、配布されたSEカードを提示することにより５％～10％の割引が受けられる制度。お互いの店を利用し

㊤「SE加盟店」のステッカーを貼った店 ㊦SEカード

合うことで親睦と連携を強め、家族や従業員の福利厚生を増進させ､地域社会の再生に貢献し、組合の拡大と活性化を図り、組合員の減少を食い止めることを目的とする。

制度立案は、県生活衛生課の協力を得て、県生同組合連合会ビジョン作成委員会が主体となり推進された。その後、「独禁法に抵触しないか」などの問題点がクリアされたのち、平成15年度の「生活衛生同業組合の活性化に資するための事業」として県の補助金が適用された。

加盟店の店頭には、互助精神のシンボルとしてデザインされた、握り合う２つの手をハートの形にアレンジした18cm四方のステッカーが貼られている。

導入されてからまだ日が浅いためか、制度の中味と趣旨が末端の組合員まで浸透していないのが現状だ。「今後は根気強く各組合を通じて組合員に周知させていきたい」と、連携してSE制度発足・普及に努めてきたセンターの山内専務理事。

医飲同源のススメ ⑥

by 中村 健二

カンパリ、世界の人々が愛飲

今日はイタリアで造られている医飲同源の数々を紹介しましょう。

カンパリ。一八六〇年に〝オランダ風苦味酒〟として誕生しました。カンパリ・ソーダ、カンパリオレンジ、スプモーニ、ネグロニ（グルメで有名な伯爵の名前）など、カクテルのベース（基酒）として世界の人々に愛飲されています。甘いオレンジの香り、キャラウェイ、コリアンダー、リンドの根などを配合し、鮮やかな真紅の色あい、ほろ苦い味わいが食欲増進、アフターディナーに最適です。

ディサローノ・アマレット（種子系リキュール）。アンズの核、アーモンド、バニラ、カカオの抽出オイルなどを入れて造られた甘いお酒で、中華料理のプなどに是非お試しください。

ガリアーノ（エチオピアとの戦争で活躍した勇将の名前）。四十五㌢と背の高い円錐形のボトルに入った淡い黄色の薬草酒。アニス、バニラなど四十種以上の薬草、香薬を配合して造られます。イタリアの代表的名酒で、消化吸収、満腹感解消におすすめ。糖度三十三度、アルコール三十度、甘味が強いのでジュース類でミックスしたり、オンザロックで生クリームをフロートする飲み方などが最適です。

リモンチェロ。イタリア南部、ナポリ近郊やカプリ島特産の大型レモン（リモーネ＝大形のものは野球のボールくらい）の皮をグラッパ（滓取りブランデー）に浸出して造られます。このお酒には大量の砂糖が入っており、日本の梅酒のイタリア版家庭酒といったところ。レモンの香りと甘味が強いリキュールです。近年は企業化され、イタリア全土で愛飲されています。ニンニク、タマネギなど刺激臭の強い食べ物、脂肪分の多いものを食べた後に最適です。甘味が苦手の方にはグラッパを…。

サンブーカ。ニワトコの実とリコリスをスピリッツに浸出し蒸留したお酒で、小型のグラスに注ぎ、焙煎したコーヒー豆を二～三粒浮べ火を付けます。表面が暖まったら火を消して飲む、ユニークなアフターディナー・ドリンクです。コーヒーの香りとリコリスのハーモニーが絶妙な香りと味を作り出します。また黒紫色をしたオパール・ネロ・ブラック・サンブーカ（黒真珠）というエルダーベリーの抽出液を入れた柑橘香のあるハーブ酒もあります。ストレートで、フレッシュジュースとミックスしても美味しく、整腸効果があります。

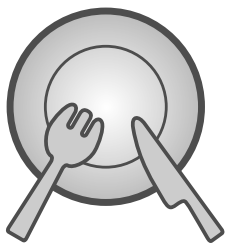
◇

昨年五月より六回にわたる「医飲同源のススメ」をお読みいただき、ありがとうございました。昔から「酒は百薬の長」と云われます。今宵も楽しくお召し上がりください。（おわり）

（社団法人日本バーテンダー協会名誉会員・相談役）

多すぎる注意アナウンスの意味

最近マナー事情



先日、東京都内で地下鉄に乗っていた時のこと。偶然耳に入った車内アナウンスが気になった。

雑誌や新聞を読む時に、隣の人に迷惑にならないように、というような内容だったと思う。これまで「携帯電話の電源を切って」とか「マナーモードにして」などというアナウンスは聞いたことがあったが、乗客がたぶん新聞でも広げて隣の人とトラブルにでもなったのだろう。雑誌や新聞の読み方にまで言及しなければならなくなったのかと、複雑な思いだった。

確かに電車などに乗っていて不快に思う行動をとる人は結構いる。込んだ電車内に立っていてリュックを背負い、人にぶつかっても気にならない人。もう一人座れるはずの座席の真ん中にでんと座っている人など。

また歌舞伎を見に行った時のこと。開演前に、携帯電話を切ってくださいだの、時計のアラームを切ってください、など注意事項のアナウンスがあった。

それにしても、どこもかしこも注意の多いこと、多いこと。公共機関でのアナウンスをじっくり聞いていると、ここ数年、どんどん注意事項が増えていっている気がする。

それだけトラブルが起きているからなのだろうが、なんだか情けなくないだろうか。

学校時代、よく先生に注意されたことを思い出した。「廊下は走るな」「授業中はおしゃべりをするな」「掃除をさぼるな」など。毎日毎日口うるさく言われて、だれだっていい加減いやになったという記憶があるはずだ。

ただ大人になれば、なぜ怒られたのか、なぜマナーを守らなければならないのか、わかるようになると思っていた。しかし今はそうではないようだ。

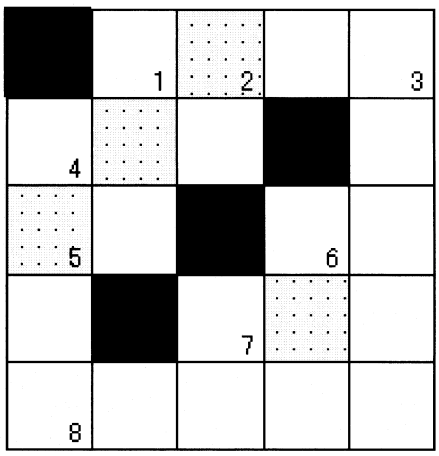
大人にもなってもまだだれかにいろいろ言われるのは、恥ずかしくないか。それとも、そのようにマナーを無視して傍若無人な振る舞いをする人たちは、アナウンスも耳には入らないのだろうか。どこにいっても、学校にいるような気分になってくる。

マナーがなぜ必要なのか、だれがどう迷惑するか。注意されないとこんなことが考えられない人ばかりでは、成熟した大人社会とはいえない。

（ジャーナリスト　山元　彩）

小さなクロスワードパズル

（模様付きの枠に入る文字を並べ替えて言葉を作りましょう）
【ヒント：3、4月にちなんだ植物です】



【よこのかぎ】
1．桃の節句の飲み物。
4．大阪商人どうしの挨拶。
5．何を掛けても変わらない。
6．レコードを聴くために必要。
7．薄い層にはがしやすい天然鉱物。
8．ここに福が宿っていることも。

【たてのかぎ】
1．狭くて通りにくいです。
2．蛍の光、○○の雪。
3．ウール。
4．純粋ではありません。
6．生い茂っています。
7．○○二つ――そっくり！

（答えは24ページに）

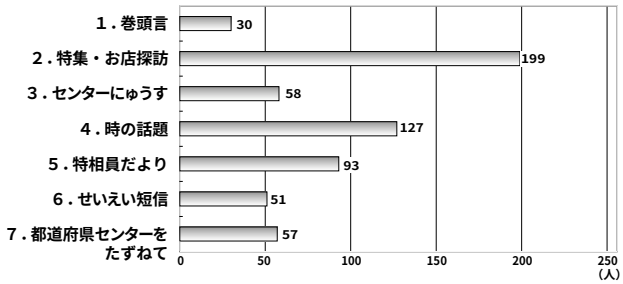
小誌・参考になったページ トップは「特集・お店探訪」

アンケート結果まとまる

2004年1月号において、「生衛ジャーナル」編集に対するご意見をご愛読の皆様からアンケートをお願いしていましたが、その結果がまとまりましたので、ご報告します。

アンケートにお答えいただいた件数は合計256件でした。ご協力ありがとうございました。

この中で「参考になったページ」（複数回答）＝グラフ＝では、トップが「特集・お店探訪」199件



で、もっとも注目されていることがわかりました。次いで「時の話題」127件、「特相員だより」93件、「センターにゅうす」58件、「センターをたずねて」57件、「せいえい短信」51件、「巻頭言」30件の順でした。

各ページに対する意見では、「ためになっている」のトップは「特集・お店探訪」で162件（63.3％）。以下、「厚生労働省・国民生活金融公庫・全国消費者生活相談員協会」127件（49.6％）、「特相員だより」110件（43％）、「せいえい短信」109件（42.6％）、「巻頭言」94件（36.7％）、「センターをたずねて」87件（34％）でした。

また「今のままでよい」では、「センターをたずねて」153件（59.8％）、「巻頭言」151件（59％）、「特相員だより」146件（57.0％）、「せいえい短信」130件（50.8％）、「厚生労働省・国民生活金融公庫・全国消費者生活相談員協会」110件（43％）、「特集・お店探訪」94件（36.7％）の順でした。

以上の通り、「特集・お店探訪」が「参考になっている」「ためになっている」とのご意見が目立ち、その他のページも“及第点”をいただきました。また取材・編集のさい参考となるご意見を多数いただきました。

今回のアンケートの結果とご意見を参考にし、今後とも一層の誌面の充実に努めたいと思います。引き続きご愛読をお願い申し上げます。

（答え＝ゼンマイ）

(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
〒105-0004 東京都港区新橋5－11－3　新橋住友ビル6階

株式会社サンエイデ
〒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

生衛ジャーナル　3月号　平成16年3月発行　通巻348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　小宮山　健彦　　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。