

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

年間テーマ

「広げよう 元気の輪、地域の輪」

- 特集 人にやさしく
- 時の話題 続々誕生「食の資格」
- 国民生活金融公庫からのお知らせ
- 『生活衛生関係営業便覧2007年版』を刊行

2007

7



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
経営特別相談員等の皆様に無償配布しております

C O N T E N T S

ふろんていあ	1
特集 人にやさしく	
総論	2
お店探訪	3～9
時の話題 続々誕生「食の資格」	10
特相員だより	11
厚生労働省から	12～13
国民生活金融公庫からのお知らせ	14～15
消費生活相談の現場から	16～17
連合会は今	18～19
ほっと ブレイク	
再考 和のこころ	20
働く女性のこだわり日記	21
せいえい短信	22
『生活衛生関係営業便覧 2007 年版』を刊行	23
編集室から	24



沖縄 名護市・部瀬名岬
表紙画「バント末吉」

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。

特相員だより (11 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。

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

ふろんていあ

寿司屋の親父がブログ三昧、ITご縁のお客様が3割も！

「登志鮎」店主 林 晴敏

私「らっしゃい！」

お客様「ブログを見て、やってきました」

私「それは、それは…どうもありがとうございます。それじゃあ、うちの店、すべて調査済みってことですね」

開業以来、ご近所の方をはじめ、友人や知人、お客様に支えられて、ここまでやってこられたと思っています。景気の良かった時は、県内の企業さんにも接待や宴会で随分お世話になりました。

ただ、ここ10年間、お客様は減る一方でした。バブルのあと、企業の倒産や工場の閉鎖、営業所の統廃合などで、会社関係のお客様は圧倒的に減りました。常連さんも、皆さん、お歳をめされたし…。

このままでは、廃業するしかない。

そこで、パソコンを買って、自分で店のメニューを作ったり、チラシを作ってポスティングをし始めた。もちろん、それまでは、パソコンなんて触れたこともありませんでした。2003年10月ごろのことでした。

しかし、まったく効果は出ませんでした。

そこで、今度はHP（ホームページ）を作りました。プロに払うお金がないから、もちろん自分で。2年くらいたちましたが、これもほとんど効果はありませんでした。

次に2005年2月にブログを始めました。

最初は「インターネットで日記なんか書いて何が面白いんだろう？」と不思議に思っていたのですが、いろんなブログを読むうちに、「これは宣伝に使えるかもしれない」と思うようになりました。更新も簡単ですし、読者の方からもコメントが得られるからです。

最初のころは魚や寿司のことを中心に書いて



筆者プロフィール=1949年、群馬県前橋市生まれ。20代後半から寿司屋業界に入り33歳で独立、「登志鮎」（前橋市紅雲町2-21-21、電話027-223-3439）を開業、今年で26周年を迎える。

寿司屋の親父ブログ = <http://ameblo.jp/tosizushi413>

.....

いました。半年くらいたったころからブログで知り合った方が、ちょこ、ちょこと来店してくれるようになりました。それでも売り上げは下がる一方でしたが、2006年2月、売り上げの下落がストップしました。

これは、いける！

それ以後は、前年比売り上げがアップ。今では3割くらいのお客様がブログなどインターネット関係がご縁のお客様です。インターネットやブログに取り組んでいなかったら、7割以下の売り上げしかなかったことになる。

その後、「こんな良いものなら」と組合に提案し、「前橋の寿司屋情報ブログ」を立ち上げました。有志たちと約27店舗を取材し、ブログで紹介してきました。その後も「みなさん、何か情報発信があればブログに載せます」と積極的なPRを勧めていますが、いまいち、反応が鈍いのが現状です。

生意気な言い方ですが、近い将来、新規のお客様のご来店を望むなら、情報をこちらから発信したり、新しい形の「クチコミ」を利用しなければならぬ時代がやって来ると思います。もう実際には、そうなっていますけど…。だって、小学生でもインターネットを学校で勉強したりしている時代なんですから。



特集 人にやさしく



「人にやさしく」みんなが持っている気持ち 課題は「誰に?」「その方法は?」 それには頑固一徹までの信念が必要

日本大学経済学部講師 池田 光男

今号のテーマは「人にやさしく」である。

顧客にやさしくすることの基本精神は、顧客の立場になって、顧客の満足度を高めることにある。特に、生衛業では顧客との対面販売、対面サービスの営業が多いだけに、顧客にやさしくすることは営業上極めて重要である。また、リピーターを確保する上でも欠かせない。

接遇態度一つをとっても、お客にやさしいかが十分にうかがえる。例えば、人気テレビドラマの「渡る世間は鬼ばかり」の中華料理店「幸楽」では、店内でお客が食事をしているのに、一族郎党や従業員を交えての喧嘩のシーンが絶え間ない。食事中的お客は「幸楽」自慢のラーメンを味わうどころではない。よい雰囲気でおいしく食べてもらうという配慮がまったくない。ドラマとはいえ、人にやさしいことの典型的な半面教師である。

かたや、NHK朝ドラの「どんど晴れ」は、老舗旅館「加賀美屋」の女将や従業員間のいがみ合いが多いが、宿泊客の面前ではおくびにも出さず、顧客にやさしい対応に徹している。

この違いは何かというと、「幸楽」では、店主自身に顧客への対応についての認識が欠け、店主としてのリーダーシップに一本筋が通っていない。半面、「加賀美屋」では、おおおかみ大女将の顧客の立場になって最高のもてなしで顧客の満足度を高めるという一途な信念が女将、従業員に徹底して浸透している。

さて、今号の「お店探訪」の3事例を見ると、各事例の経営者とも、自分の信念に基づいて、

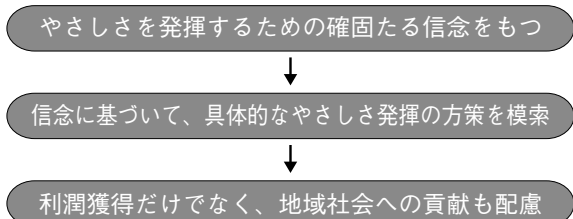
お客に対してやさしさを発揮し、満足度の高揚に努力している姿が描き出されている。

「リオ美容室」では、高齢者や障害者への対応を身に付けた「ハートフル美容師」として認定を受け、高齢化社会における、新業態の美容室の経営に挑戦している。構想の段階だが「訪問美容部門」を作ることも視野に入れている。チャレンジ精神は、人へのやさしさの追求に向けられている。

「ナチュラルファームシテイ農園ホテル」では直面する種々の環境問題に目標値を設定、結果についてデータ管理をするほどに徹底し、顧客のみならずホテル周辺の環境改善にも貢献している。次代を先取りした人にやさしい環境づくりである。

銭湯「記念湯」では、家に閉じ籠りがちな高齢者について、出会いの場の提供や健康体操などを実施、高齢者に思いやりで対応している。

人にやさしくしたいという気持ちは人間誰しもが持っている。ただしこれを営業に活かすとなると、創造性や挑戦する気迫が重要である。その背景には、「やり遂げる」という信念がなければ成功しないであろう。



先駆 ハートフル美容

リオ美容室

住所：京都市東山区泉涌寺雀ヶ森町5-12 電話：075・551・3392 経営者：奥田 英一さん

営業時間 9：00～19：00（日・祝日は18：00） 定休日：月曜日・第3火曜日

URL：<http://www8.ocn.ne.jp/~rio1/shop.html>



お店探訪

「ああ、髪が軽くなった。久しぶりに産毛も剃ってもら

て、さっぱりしたわ」

京都市東山区で「リオ美容室」を営む奥田英一（61）は、お年寄りの自宅に出向いてカットを行う訪問美容の草分け的存在だ。昨年度は、介護の必要な高齢者や障がい者への対応を身につけた「ハートフル美容師」として認定を受けた。若いお客様のニーズにも応えつつ、「5人に1人が65歳以上」という高齢化社会における、新しい美容室経営を模索している。（文中、敬称略）

昔ながらの乾物店や雑貨店が軒を連ねる東大路通り、「リオ」の真っ赤な店先はひときわ明るく目立つ。段差のまったくない、バリアフ

リーの店内は、車椅子が楽に通れるゆったりとした広さ。シャンプー台の側面の壁には大きな鏡が…。

「お年寄りや体の不自由なお客様に、移動することなくカットとシャンプーをしていただくためです」

シャンプー用の椅子は回転するようになっており、側面の鏡を向いてカットした後、椅子をぐるりと回せばそのままシャンプーが可能に。車椅子からまったく降りられないお客様には、待合のカウンターがカット台になる。カウンターの高さなども、車椅子に対応できるよう、奥田の長年の経験に基づき、微妙に調節してあるという。訪問美容の依頼があれば、バイクに乗って駆けつける。

もともと、東山区は京都市内でもっとも高齢化率が高い地域。また、京都第一日赤病院の



「ハートフル美容師」の養成研修風景（京都府美容業生活衛生同業組合提供）



向かいに位置し、入院患者の来店も多かったことから、高齢者や体の不自由なお客様のカットを多く手がけてきた。「奥田先生でないと…」という常連客の依頼で10数年前に始めた訪問美容。初期の頃は用具も市販されておらず、プッシュ式の灯油ポンプにシャワーヘッドを取り付けた手製のシャワーとバケツで、寝たきりの高齢者の洗髪をしたことも。

「外出する機会のないお年寄りでも、思ったおりの髪形が決まると本当に喜ばれます。介護されるご家族には『短くしておいて』と言わ

れるのですが、おしゃれ心も入れて…。眉を少し整えてあげるだけで、晴れやかな表情に」

設備の面だけでなく、そんな心づかいが「リオ」の魅力であると同時に、

店先は段差もなく入店がスムーズ



経営者の奥田さん（右手前）と笑顔のスタッフのみなさん

「長時間、座っているのはお年寄りには苦痛だし、同じところに何度もクシを入れられるのを嫌がる方も多い。カットとブローで20分です」と語る奥田。確かな技術があってこそその「やさしさ」だ。口コミで評判が広がり、区内の老人ホームの入所者が職員に付き添われて来店することもある。

こう書くと、「リオ」の客層は高齢者中心のようだが、若いお客様が6～7割を占める。パソコンを使った顧客管理や手づくりのビーズアクセサリーを販売するなど、奥田の長男・陽一郎（29）を中心に、20代のスタッフの若々しいアイデアが店の随所に見られ、両方の層を取り込んだ経営を実践している。

「高齢者対応を強調しすぎると、若いお客様は引いてしまわれるので、そのあたりが難しいですね」と悩みつつ、退職したスタッフらに声をかけて、「訪問美容部門」を作ることも考えているが、まだ構想の段階だ。

そんな奥田は昨年、全美連と社団法人シルバーサービス振興会が実施している「ハートフル美容師」の認定を受けた。通信教育でレポートを提出後、各都道府県的美容組合が行う研修を受講し、確認テストに合格することが必要で、「こんなに勉強したことは初めて」と苦笑



シャンプー台の椅子④でカットし、椅子を回せば⑤そのままシャンプーOK



◀「若い方にぜひ受講してほしい」とハートフル美容師の研修テキストを前に話す奥田さん

い。研修内容は、高齢者・障がい者を取り巻く社会の現状や関係法令、そういったお客様への接客・援助の方法と多彩で、見せてもらったテキストには、アンダーラインがびっしり引かれていた。

「アイマスクや重りを装着して、お年寄りの体を体験する研修があったのですが、お年寄りには視野が狭いのです。カットしている時、顔を横に動かされることがあるのは、見えなからだと実感できました」

たとえばお客様が立ち上がられる時、少し前かがみになってもらうと、ひざに負担がかからず楽に起きられるなど、体の機能を生かした接客を学ぶよい機会になったと振り返る。「移動の時、手を引かれるのが嫌なお客様もおられます。そんな方には小道具を載せるワゴ

ンを押して歩いてもらいます。シルバーカー代わりですね」と、一人ひとりのお客様の気持ちに沿った、あたたかい接客を大切にしていることがうかがえる。

現在、京都府内で「ハートフル美容師」の認定を受けた人は79人で、今年度中にも第2回の研修が開催される。組合教育部長でもある奥田は、自店のスタッフはもちろん、組合の会合などの際にも、学んだことを伝え、「ハートフル」な接客の裾野を広げたいと願っている。

先日は組合にうれしい問い合わせがあった。京都府内の病院から、入院中の高齢者らを対象にしたメイクアップ教室を開催してもらえないかとの依頼だ。「ハートフル美容師」をPRするよいチャンス、また地域社会への貢献という、これからの組合の大きな役割も見据えつつ、ぜひ成功させたいと準備に余念がない。



広々とした店内は明るく開放的なイメージ



「ハートフル美容師」認定ステッカー

自然の恵みと癒し体感

ナチュラルファームシティ 農園ホテル

住所：埼玉県秩父市上宮地町上の台5911-1 社長：太田 雅孝さん 電話：0494・22・2000

URL：http://www.farm-city.co.jp

お店探訪

「心と
からだに
優しい」

ホテルを目指し、自然と環境に配慮した宿泊施設（パートを含め従業員80人）。その先見性と実態を伴った経営で今年、全国旅館生活衛生同業組合連合会の厚生労働大臣賞を受賞した。宿泊客は試験農場で農業を体験するなど、自然を通じて癒しを提供する施設として注目される。（文中敬称略）



ホテル全景と
浅見敏治支配人

電車で緑豊かな山間を経て東京から80分。ホテルは秩父市を見下ろす高台にあった。昨年新築された本館に24部屋（収容定員102名）、別館は48部屋（収容定員230名）があり、約5000平方メートルのホテル試験農園を持つ。

全面ガラス張りの広々としたラウンジから見る秩父の山々と荒川は絶景だった。

「朝は田んぼの手入れをしていました」とフロント営業課長の深田賢は言う。試験農園は社員が管理、農作業をしている。35年前に地元の農家が始めた宿泊施設は今日、大型のホテル施設へと変身した。しかし農業の精神が今も受け継がれ、従業員は畑仕事をすることを楽しみにしているようだ。

畑と水田では化学肥料や農薬を使用せず、ナス、ピーマン、ねぎ、インゲンなど22品目が栽培されている。宿泊する子供たちには苗植えや摘み取りを通じて農薬や地球環境について学ぶ。首都圏を中心に幼稚園生のお泊り保育から小・中学生など農業体験を目的とした利用がさかんだ。「芋掘りなど体験して家に帰る

と、子供の表情が変わっている」と親にも喜ばれている。こうした取り組みは現代の食と農への関心の高さに充分応えるものと期待される。

近隣の農家と提携し、ホテルの食事ではマクロビオティック料理も味わえる。マクロビオティックとは地元で採れた特別栽培または、有機栽培農作物を使用し、添加物を使用しない料理を言う。季節ごとの作物を使い、自然界の作物はそれ自体が完全なものであるという考えから、皮を含めて野菜や果物の全てを摂ることを奨励する食事療法だ。それ以外にレストランの薬膳料理も人気のメニューだ。

バイキング式のレストランでは割り箸と並んで再利用可能なプラスチック製の箸が用意されていた。そしてテーブルにはさりげなく食べ残しを控えるようにと書き添えてあった。地球



健康と環境を考えたマクロビオティック料理

環境を考えた配慮に心が温まる。

農園ホテルでは生ゴミや食べ残しを堆肥に変える装置を導入している。できた堆肥はホテルの農場に使用される。可能な限り生ゴミを堆肥へ還元するよう目標値が設定され、担当の村山さんが投入量を記録し管理する。

割り箸、ダンボール、アルミ・スチール缶などのリサイクルも徹底的に管理されている。ホテルでは引き取り業者の理解を求めべく説明会を開催し、協力を要請した。

省資源のために担当者を決めて節水や節電パトロールを週1回行っている。そして水と電気の使用量も記録され、同じく目標達成を図っていた。電力に関してはコジェネレーションシステムを導入し、LPガスで発電とその排熱を利用した給湯で2割の省エネルギー、そして二酸化炭素排出量は3割削減した。



コジェネレーション装置

こうした事業活動を通じて発生する廃棄物に関するデータの記録が始まったのは平成13年のこと。以来、その環境経済効果は約2300万円に達したそうだ。廃棄物管理手順書には部署ごとの管理責任者の名前が記載され、リサイクルへ回した量が細かく記録されている。これは部署ごとにリサイクル目標が設定され、その実行成績を測るのが目的のためだ。このデータと手順書は資源の徹底的な有効利用と発生抑制を目指すホテルの隠された財産に思えた。

また平成13年よりISO14001の運用を開始し、認証された。

ボランティア活動として社員参加で秩父公園橋の清掃を行い、地元の福祉団体への寄付も行っている。今回、全旅連から受け取った賞金30万円も全額を秩父市社会福祉協議会へ寄付することが決まった。

また、高齢者にも優しい施設として客室と館内のバリアフリー化や車イスも導入している。

今回、全旅連では「ナチュラルファームシティ 農園ホテル」は現代人が必要としている癒しとエコロジーへの配慮など様々な観点から飛び抜けて優秀であったと評価し、賞を授与した。またその先見性と社会貢献への取り組みも高く評価している。

ホテルの従業員も肩肘を張らない自然な振る舞いを心がけ、真のサービスを期待できる宿泊施設と言える。

「利用される方には環境問題は押し付けることなく、さりげなく自然や健康について考えるきっかけにしてほしい」と浅見敏治支配人は語った。



生ゴミや食べ残しを処理機に入れて堆肥作り

お年寄りの出会いの湯

公衆浴場「記念湯」

住所：東京都品川区西品川2-9-8 代表者：木村宗一さん 電話：03・3491・8920

営業時間：10：00～翌1：30 定休日：サウナは水曜日、銭湯は年中無休

お店探訪

東京・品川区では、毎週木曜日に区内

在住の65歳以上の人を対象に「しながわ出会いの湯」を催している。品川区高齢事業課の委託を受け、品川区公衆浴場協同組合と（社）品川区シルバー人材センターが連携して実現した元気な高齢者向けプログラムだ。当日は、品川区の銭湯36軒が参加。各銭湯にインストラクターを招き、健康体操とカラオケを楽しむ。その後で参加者は無料で入浴でき、家に引きこもりがちな都会の高齢者にとって、出会いの場となっている。（文中敬称略）

「しながわ出会いの湯」（以下・出会いの湯）が実施されるようになって13年。今では高齢者の楽しみの一つとして定着している。

「出会いの湯」に参加するためには出会いの湯カードが必要だが、各銭湯へ保険証、免許証など住所と年齢が確認できるものを持参すれば、カードを発行してもらえる。そのカードで36軒どこの銭湯でも利用できる。その中の「記念湯」取材した。

当日、「出会いの湯」が始まる午後2時前から「記念湯」の入り口に参加する人たちが集り、まだかまだかとドアが開くのを待っていた。始まる時刻は銭湯が始まる1時間前。おたのしみプログラムは健康体操とカラオケを隔週に行い、ときには踊り、三味線、手品などのおたのしみ特別プログラムが組まれることもある。この日は健康体操だった。



記念湯の外観

午後2時、「記念湯」のドアが開くと、入り口でシルバー人材センターの蓮池が、参加者のカードを確認しながら人数を数える。「もう皆さん顔見知りになって、誰が来ていないかわかりますよ」と話しながらも、一つ心配していることがあるという。「実は、90歳を過ぎた方がいらっしゃるのですが、肺炎で入院されて、このところ来られていないんですよ」ということだった。参加者の仲間もその人のことを心配していた。

受付と場所の準備が終ると、さっそく軽快なBGMが流れる中で体をほぐす運動から始まった。参加者の中には腕にけがをしていすに座って動かせる範囲で体操をする人、フローアに座ったままで上半身だけを動かしている人とさまざま。体操やカラオケがあまり得意ではない人も、仲間がいるから来る人も多い。そんなふれ合いがいきいきと生活する秘訣になっているようである。

「出会いの湯」の日にはこのノボリが各銭湯に立つ



こまめに指導をするインストラクターの砂岡さん（手前左）

体操が始まり、遅れながらも参加者が次々に入ってくる。その中に90代の男性もいた。「もう体が固くなって……」と話すが、若い者よりも動きがしなやかだ。肺炎はもうすっかり完治し、仲間と会えるのを楽しみに来たという。また、接骨院に通いながらも参加した男性は、「無理しないようにやっていますよ。カラオケもお腹の底から声を出すので好きです」と話す。

最終的な参加人数は25人。品川区トリム連盟から派遣されている健康体操インストラクターの砂岡は、「脳も筋肉もまだまだトレーニング^{いさおか}しだいで鍛えられます。だから、私は筋力アップ運動を中心に指導しているんです」と話す。この話を聞いたからではないが、参加者の表情はとても明るく、若々しい。みっちり30分間体を動かした後、参加者は浴場で汗を流す。

体操をしている最中も、その後も、浴場の利用だけで来る人もいる。プログラムに参加したくない人たちは、午後7時まで220円の入湯料で利用できる。番台に座る「記念湯」の代表者、木村に話を聞いているときも、ひっきりなしに出会いの湯カードを持った人が来て、木村はその人数をチェックしていた。プログラム開催回数に応じて区から委託料が出るが、参加人数を後で区に報告するためである。

銭湯は江戸時代から、廃材を燃料とするリサイクル社会の一環に組み込まれ、地域の人たちの体を清潔に保つという、公衆衛生維持の大切な役割を担ってきた。ところが昭和の高度成長時代を機に家風呂が普及し、利用客が減少して街の銭湯は次々と廃業に追い込まれている。

そうした現状を踏まえて、木村は次のように話す。「最近の重油の高騰で銭湯の経営はどこも本当に苦しい。今回の高齢者を対象とした『出会いの湯』によって、区から委託料が出るのはありがたい。そればかりじゃない。地域コミュニケーションの拠点形成という新たな社会的使命を私たちに持たせてくれたことに感謝したい」。

「出会いの湯」が契機となって、世代を超えた交流に発展することを期待しながら、「記念湯」をあとにした。



病も癒え元気に体操をする90代の男性（手前）

続々誕生「食の資格」

食に関わる民間認定の資格が次々と誕生している。ヘルシー志向を背景に、食材の安心・安全や「食の本当の豊かさ」を求める消費者の関心の高まりに加え、販促のツールと考えるメーカーや小売店などフード業界の思惑が重なっているようだ。

野菜や果物について料理の仕

主な食の資格

名 称	認定団体
ベジタブル&フルーツマイスター	日本ベジタブル&フルーツマイスター協会
雑穀エキスパート	日本雑穀協会
オーガニックコンシェルジュ	オーガニックコンシェルジュ協会
薬膳アドバイザー	日本中医食養学会
鮮魚士、惣菜士	日本調理師協会
コンセイエ	フランス食品振興会
きき酒師	日本酒サービス研究会・酒匠研究会連合会
チーズプロフェッショナル	チーズプロフェッショナル協会

方から青果流通の仕組みはもちろん、自

分が修得した知識を分かりやすく人に伝える訓練も受ける民間資格「ベジタブル&フルーツマイスター」「野菜ソムリエ」の通称で主婦やOLの人気を集めている。非営利団体「日本ベジタブル&フルーツマイスター協会」が01年10月に開設した資格

「安全なおうちごはん」助言

販促の新ツールの側面も

で、ジュニアマイスター、マイスター、シニアマイスターの3段階があり、06年末に資格取得者は1万人を超えた。取得者数は06年に前年比65%伸びている。20〜30代の若いOLや主婦が「食事をもっと楽しみたい」「賢く買い物したい」などの理由で取得する。

入門のジュニアマイスターの試験では産地の旬の時期など野菜や果物の基礎知識を中心に問題される。受講料12万6千円で、14時間の座学と試験で取得す

る。合格率は9割。開設当初の需要は乏しかったが、一般の消費者の認知度がアップするにつれ、外食や小売関係者などの受講者が増え、今では約3割が「食のプロ」で占められている。

健康志向を打ち出す外食大手が店長研修の一環としてこの資格を取得させて「野菜ソムリエの店」をアピールしたり、清涼飲料メーカーがジュースのラベルに協会

に協会 推奨の文字を入れる ケースもある。

日本雑穀協会が年6回、白米を除く雑穀に関する知識を問う「雑穀エキスパート」の試験を行っている。費用は受講料を含め5万5千円と決して安くはないが、毎回100人程度の受験定員は3か月先まで満員の状況。これまで認定された1千人の70%が女性、うち半分は主婦で占められている。

有機食品に関する知識に絞った資格「オーガニックコンシェルジュ」では、受講者は週1回、メールで届く有機食品の規格や

制度に関する課題に対し、レポートを書いて返信する。

スーパーマーケットの部門担当スタッフの技術・知識向上を目的とする「鮮魚士」「惣菜士」などのほか、「コンセイエ（小売店でワインについて説明し、販売の手助けをする）やカフェプランナーなど消費者の嗜好に

応えて、特化した資格もある。さらには、(社) 全国調理職業訓練協会が主催・認定する民間資格で、日常食から介護食、病態食まで要介護者に適した食事の調理技術を学ぶ「介護食士」のように、食と福祉といった他の分野を組み合わせた資格もある。

あるデータによると、10年前は「食の資格」が14件だったのが、今年上半年期では27件とほぼ倍に増えた。

続々と誕生する「食の資格」の現状に、警告を発する人もいる。「消費者はややもすると他人に判断を委ねたがるので、資格を持っている人に薦められるとつい買ってしまう。自分で考え、判断する力を養うことが大切」と言うのだ。

特相員だより——街の知恵、地域の心



業界のネットワークづくりこそが組合の役目

□福島県理容生活衛生同業組合・特相員□

すずき ひではる
鈴木 英治

私の事業所はいわき市にあり、理容業を営んでおります。

現在は福島県理容生活衛生同業組合の副理事長として、また特相員としては平成3年からお手伝いさせていただいています。

融資の相談はいままで32件扱ってきました。なかでも、親子2代に相談を受けたことや、組合員が他の金融機関に借り入れの申し込みをしたものの融資を受けられず、国民生活金融公庫に推薦をして融資を受けることが出来、特相員としてのアドバイスが活かされ、共に喜びあったことが忘れられません。

私たち理容業者は住民の生活に密着した職業であります。地域の情報と心の交流の場であり、これからますます「心」と「癒し」のある店作り

を目指して行きたいと考えています。

特に近年は、情報の氾濫、ライフスタイルの変化、価値観の多様化等により、従来のサービスでは顧客のニーズに応えるのが困難になってきています。

今こそ地域社会に根ざした地域コミュニティ、ヒューマンプラザとしての店作りが大事です。その実現には、業界のネットワークづくりや連携が重要であり、その役目が組合であると考えます。

私たち特相員は、業界の発展は地域発展のカギであるにとらえて、これからも頑張っ参ります。

「特相員だより」投稿を歓迎します

送り先は表紙裏の「原稿・情報をお寄せください」をご参照ください。採用分には些少の原稿料を差し上げます。

生活衛生業の皆様へ

お店の繁栄に「生活衛生融資」を……

くわしくは最寄り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

飲食店融資



貸付等融資



喫茶店融資



貸付等融資



水電等融資



貸付等融資



呉服店



美容室



クリーニング店



靴店



製靴店



理容店



美容室



- 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
- 敷金・増利金



入会費0円！ 年会費0円！

国民生活金融公庫

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

「チーム・マイナス6%」に参加しよう！

2005年2月16日、地球温暖化防止の施策として、「京都議定書」が発効し、日本は2008年から2012年の間にCO₂などの温室効果ガス排出量を1990年に比べて6%削減することが義務づけられました。

そこで、政府の地球温暖化対策推進本部では、京都議定書による我が国の温室効果ガス6%削減の約束達成に向け、国民一丸となって取り組む地球温暖化防止国民運動「チーム・マイナス6%」を推進しています。

「チーム・マイナス6%」は、日本の国家目標を実現するだけでなく、将来にわたる豊かな生活環境を維持・継続させるための大規模な国民運動です。

一人ひとりが小さなアクションを起こし、大きく展開していくためには、「みんなで楽しく」行動していくことがとても重要です。様々な局面で温室効果ガスの6%削減活動に取り組む個人、企業、団体は、誰でも「チーム員」です。

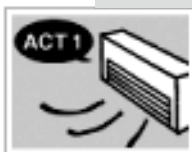
参加者それぞれが、チーム・プレイヤーであり、各企業、団体にとっては、これまでに取り組んでいる環境活動を一般の人にわかりやすくPRする機会となります。

「チーム・マイナス6%」にご参加いただき、具体的な温室効果ガス削減活動を行っていきましょう。

「チーム・マイナス6%」って、何するの？

「チーム・マイナス6%」では、CO₂削減のために、具体的な6つのアクションを提案します。日々のちょっとした気遣いが、積み重なれば大きな削減に。チーム全員が実施すれば、確実に大きな削減効果が期待できます。そのための第一歩は、まず、あなたができることを、行動に移すこと。まずは身近なところから、取り組んでみてください。

ACT1：温度調節で減らそう



冷房は28℃、暖房時の室温は20℃にしよう

ACT2：水道の使い方で減らそう



蛇口はこまめにしめよう

ACT3：自動車の使い方で減らそう



エコドライブをしよう

ACT4：商品の選び方で減らそう



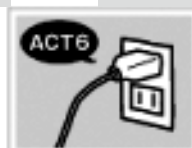
エコ製品を選んで買おう

ACT5：買い物とごみで減らそう



過剰包装を断ろう

ACT6：電気の使い方で減らそう



コンセントからこまめに抜こう

厚生労働省もチームの一員で、夏期におけるオフィスの冷房設定温度を28℃とし、6月1日（金）～9月30日（日）までは、職員に対し軽装（クールビズ）を励行しています。

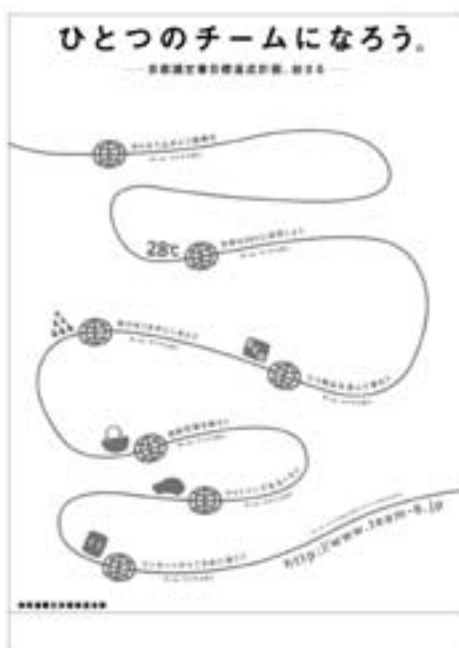
チームには「個人」または「法人・団体」での参加が可能で、6月22日現在の会員数は個人が1,135,730人、団体が12,728となっています。

興味のある方は → <http://www.team-6.jp/index.html> をご覧下さい。

みなさんも早速、仲間になって、地球にやさしい生活を始めてみませんか？

*「チーム・マイナス6%」にご参加いただくと、あなたのニックネーム、チーム員ナンバーを記載したチーム・パスを発行、ダウンロードすることができます。ぜひご活用ください。

チーム・パス



平成20年10月

国民生活金融公庫の役割は

日本政策金融公庫

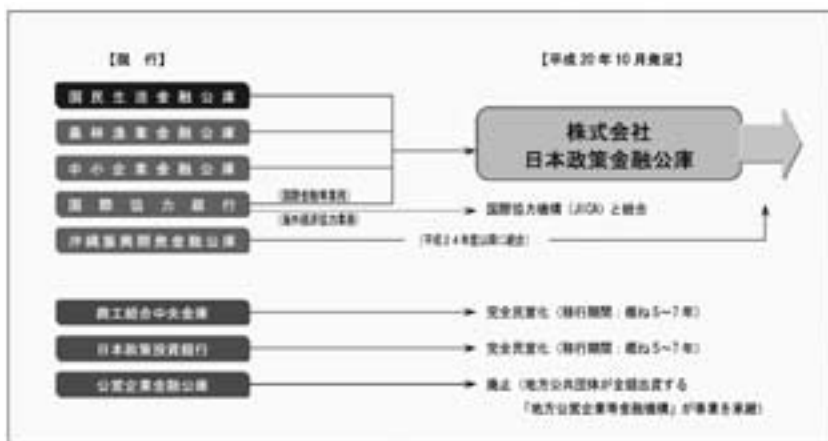
に引き継がれます

- 平成19年5月、「株式会社日本政策金融公庫法」が成立しました。
- お客様の視点に立って、新公庫への円滑な移行に努めます。
- 「小企業金融の専門店」としての専門性の維持・強化に努めます。

株式会社日本政策金融公庫の誕生

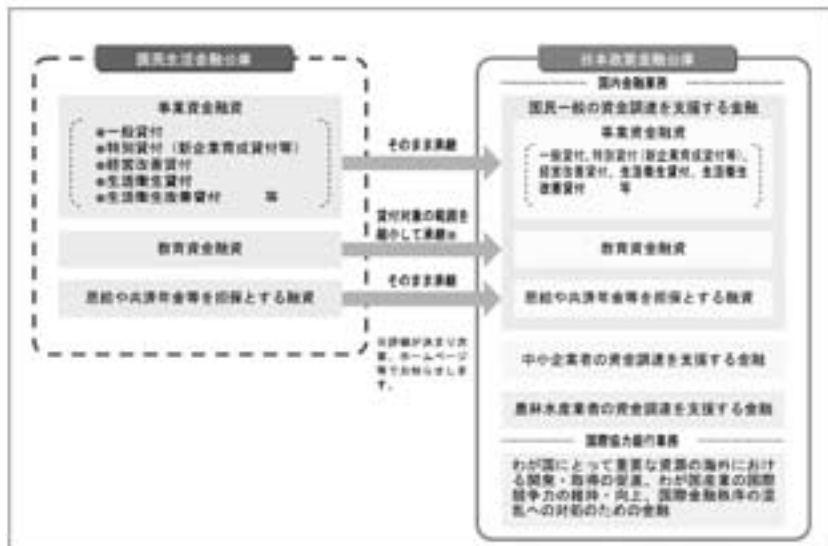
○今回の政策金融改革については、平成17年より集中的に議論が重ねられ、「国民一般（生活衛生関係営業者を含みます。）、中小企業者及び農林水産業者の資金調達を支援する機能、我が国にとって重要な資源の海外における開発及び取得を促進し、並びに我が国の産業の国際競争力の維持及び向上を図るための機能」が、民業補完の原則のもと、将来とも必要であり残すべき政策金融機能とされました。

▼政策金融改革のイメージ図



○現在ある8つの政策金融機関のうち2機関は完全民営化、1機関は廃止し、当公庫、農林漁業金融公庫、中小企業金融公庫、沖縄振興開発金融公庫、国際協力銀行（国際金融等業務）の5つの機関は、それぞれ業務を縮小した上で、新しい政策金融機関に統合することとなりました。新機関は、平成20年10月に、「株式会社日本政策金融公庫」として発足します（沖縄振興開発金融公庫は平成24年度以降に統合します。）。

▼国民生活金融公庫の業務と日本政策金融公庫の主な業務



○“小企業への小口融資”や“創業支援”などの当公庫の事業資金融資（経営改善貸付（マル経）、生活衛生資金貸付を含みます。）は、そのまま日本政策金融公庫に承継されます。また、教育資金融資については、貸付の対象の範囲を縮小し、承継されます。

日本政策金融公庫 Q & A

Q 1 現在の国民公庫の業務は日本政策金融公庫に引き継がれるのですか？

A 1 日本政策金融公庫（以下「新公庫」といいます。）は、民業補完の原則のもと、「国民一般（生活衛生関係業者を含みます。）、中小企業者及び農林水産業者の資金調達を支援するための金融の機能」を担うものとされています。国民公庫が担っている小企業のみなさまへの小口の事業資金融資や創業支援など、「小企業金融の専門店」としての融資機能（経営改善貸付（マル経）、生活衛生資金貸付を含みます。）は、そのまま新公庫に承継されます。また、教育資金融資については、貸付対象の範囲を縮小して承継されます。

Q 2 新公庫になったら、効率を優先して採算性の低い小企業は融資が受けにくくなることはありませんか？

A 2 新公庫では、統合前の各機関の業務の「専門性の維持・強化」を図ることとされていますので、これまでと同様にきめ細かく円滑に現在の国民公庫が担っている機能を発揮していきます。また、統合前の各機関の業務を的確に実施していくため、業務ごとに勘定を設けて区分経理して管理することになっていますので、そのようなことはありません。

Q 3 新公庫が「株式会社」となるのはなぜですか？

A 3 新公庫の組織形態は、「特別の法律に基づく株式会社」いわゆる「特殊会社」となります。株式会社形態をとるのは、株主総会・取締役会等の設置、企業会計原則に基づく会計処理、外部による監査など、これまで民間企業が培ってきた仕組みを活用して、透明性のある効率的な事業運営を行っていくためです。

Q 4 「株式会社」というと「利益追求」が連想されますが、新公庫は今までの国民公庫とは異なる性格の組織になるのですか？

A 4 「株式会社日本政策金融公庫法」では政府が株式のすべてを常時保有することになっています。また、新公庫は、予算の国会議決や決算の国会提出が必要であり、主務省・金融庁・会計検査院による監督・検査を受けます。これは、新公庫は国の関与のもと、「利益追求」をするのではなく「健全な経営と政策金融機能の発揮」をしっかりと行っていくということです。公共性の高い政策金融を担うという組織の性格は、新公庫になっても変わりません。

Q 5 統合する3公庫の支店は、統合によりどうなるのですか？

A 5 「政策金融改革に係る制度設計」では、「同一地域に複数の支店が存在する場合に統合すること」になっています。個別支店の店舗については、現店舗の増改築や移転先等の問題がありますので、お客さまの利便性やコスト面等を勘案しながら、個々に検討していくことになります。

Q 6 国民公庫と現在取引中の借入は、新公庫への移行によりどうなりますか？

A 6 お客さまへのご融資は、平成20年10月、そのまま新公庫に承継されます。新公庫への移行によりご契約内容（金利、返済条件等）を変更するなど、お客さまにご負担をおかけすることはありません。

「消費者トラブル110番」集計結果から

＜社団法人全国消費生活相談員協会 消費生活専門相談員 前田洋子＞

全国消費生活相談員協会では1984年より、内閣府の消費者月間協賛事業として「電話相談110番」を開催しています。

今年も5月12日～13日の2日間にわたり全国6ヶ所で「消費者トラブル110番」を開催しました。

1. 集計結果から

2日間で寄せられた相談は6ヶ所合計で521件でした。そのうち苦情は499件95.8%でした。相談者の性別は女性が51.4%、契約当事者では男性が55.9%、年齢別では相談者は50代が27.6%と最も多く、60代が20.5%と、50・60代が半数近くを占めました。

契約当事者では50代が21.9%と最も多く、次に60代16.7%となっています。また10代は1.5%、

20代10.6%、一方80代4.4%、90代1.0%と若年層や高齢者が契約トラブルに巻き込まれている実態がうかがえました。

商品・役務別の分類では、521件のうち「金融・保険サービス」の相談が147件で全体の28.2%を占めました。その内訳を見ると「融資サービス」が69件13.2%でサラ金やヤミ金の相談が多く寄せられました。「預貯金・証券等」は43件8.3%、その内訳は未公開株や詐欺まがいの投資商法が多く、また「生命保険」が20件3.8%でした。特に「金融・保険サービス」の被害は高齢者に多く見られました。

次に多かったのは「運輸・通信サービス」68件13.1%で、内訳は「他の運輸・通信」51件9.8%が突出していますが、これは主にアダルトサイトの相談でした。

商品・役務別分類	件数	割合
A. 商品一般	10	1.9%
B. 食料品	5	1.0%
C. 住居品	24	4.6%
D. 光熱水品	2	0.4%
E. 被服品	12	2.3%
F. 保健衛生品	11	2.1%
G. 教養娯楽品	27	5.2%
H. 車両・乗り物	9	1.7%
I. 土地・建物・設備	25	4.8%
J. 他の商品	0	0.0%
K. クリーニング	4	0.8%
L. レンタル・リース・貸借	41	7.9%
M. 工事・建築・加工	18	3.5%
N. 修理・補修	6	1.2%
O. 管理・保管	1	0.2%
P. 役務一般	4	0.8%
Q. 金融・保険サービス	147	28.2%
R. 運輸・通信サービス	68	13.1%
S. 教育サービス	5	1.0%
T. 教養・娯楽サービス	25	4.8%
U. 保健・福祉サービス	16	3.1%
V. 他の役務	25	4.8%
W. 内職・副業・相場	17	3.3%
X. 他の行政サービス	0	0.0%
Z. 他の相談	19	3.6%
合計	521	100.0%

Q. 金融・保険サービス	件数	割合
1. 金融・保険一般	0	0.0%
2. 生命保険	20	3.8%
3. 損害保険	6	1.2%
7. 預貯金・証券等	43	8.3%
8. 融資サービス	69	13.2%
9. 他の金融関連サービス	9	1.7%

R. 運輸・通信サービス	件数	割合
1. 運輸・通信一般	0	0.0%
2. 旅客運送	2	0.4%
3. 貨物運送	1	0.2%
4. 電報・電話	14	2.7%
5. 郵便	0	0.0%
6. 他の運輸・通信	51	9.8%

2. おもな相談事例

相談の多かった「金融・保険サービス」の事例をはじめいくつかの事例を紹介します。

＜ヤミ金＞ 離婚した妻がヤミ金から借金し、数ヶ月前から自分や子どもの職場に、請求や嫌がらせの電話が入る。警察に対応してもらったが請求電話がとまらない。

＜携帯電話サービス＞ 携帯電話のメールで覚えのない高額な請求を受け5万円支払った。

消費生活相談の現場から

その後また9万8千円の請求が来たが、払わないと少額訴訟をするという。

＜賃貸アパート＞ マンションを退去したが、家賃（9万8千円）2ヵ月分の修理費を請求された。普通の暮らし方で、室内は整頓し清潔に使用していた。退去のときもきちんと掃除をした。請求をされる覚えはない。

＜冠婚葬祭互助会＞ 契約をして、1年分19万円支払った。都合で解約したら解約料が5万5千円もかかるといわれた。高すぎる。

＜健康食品＞ 76歳の母が訪問販売業者から、病気が治ると言われ、次々に高額な健康食品を購入させられていた。代金は業者と一緒に銀行へ行き預金を引き出して払っていた。

3. 消費者契約法が適用される相談

この6月7日から「消費者契約法の一部を改正する法律」が施行され、消費者団体訴訟制度が導入されました。当協会も適格消費者団体として認可を受けるための準備を進めています。今回の電話相談110番では、不当な行為を行った業者、また不当な契約条項を使用している事業者に対して改善の申し入れを行うことや関係行政機関・事業者団体等に問題提起して消費者被害の防止に寄与することも視野に入れ聞き取りをしました。不当な行為、また不当な契約条項に該当すると思われる事例は521件中131件25.1%ありました。「重要事項の不実告知」は59件11.3%、「不確実事実の断定的判断」は40件7.7%でした。

（1）重要事項の不実告知

＜携帯電話サービス＞ 携帯電話代理店から、契約会社変更の勧誘があり、「料金が安くなり提供するコンテンツも充実していて現在契約している会社より良い」と説明された。調べたところまったく事実と違うことがわかった。

＜健康機器＞ 説明会で、「この器具を使えば右半身不随の人が動けるようになり、素晴らし

いものだ。新しい契約者を見つけたら、ローンの支払い分は儲かる」と誘われその気になった。契約したが実際には売れない。支払い困難。

（2）断定的判断の提供

＜未公開株＞ 業者から「来春に上場予定。10倍以上の初値がつくことは確実」と電話で言われ、慌てて未公開株を2口契約し120万円を支払った。その後、販売業者は電話も通じなくなった。

＜証券＞ 長い付き合いの証券マンが、「1年後に倍になる」と言うので投資信託を購入したが損をした。

（3）退去困難による困惑

＜着物展示会＞ 母は83歳。業者から電話があり、着物の展示会に連れて行かれた。帰りに帰れなかったので困って15万円の着物を契約した。その場で頭金1万2千円を払ったと言っている。

（4）不当に高額な解約損料

＜結婚式場＞ 10ヵ月後の結婚式のため、式場の申込みをして申込金10万円支払った。10日後に解約をしたら、申込金はいつ解約しても一切返金しないと言う。10ヵ月も先のことなのにおかしい。

4. 消費者契約法の見直しに向けて

今回の電話相談110番では、消費者契約法の適用となる事例をはじめ、現行の消費者契約法では規制されていない事例もチェックしました。そのなかで「契約などについての説明不足」に該当する相談が94件、「断定的判断の提供が問題」となる事例は29件ありました。

110番で受付けた相談のうち、数件について当協会が継続処理を進めています。事業者や、事業者団体へ改善の申し入れにつなげていく予定です。

東京都渋谷区代々木1-56-4

美容会館7階

理事長 三根 卓司氏

事務局長 細井 重憲氏

職員数 16人

URL <http://www.biyo.or.jp/>

全日本美容業生活衛生同業組合連合会（以下、全美連と表記）の理事長、三根卓司氏は非常勤ながら、月曜日と土日をのぞきほぼ毎日、全美連へ出勤し、78歳の全身に生気をみなぎらせて山積した業務をてきぱきとこなす。

三根理事長の主な肩書きは全美連理事長（平成14年就任）のほか、全国生衛中央会政治連盟委員長（平成18年同）、鹿児島県美容生活衛生同業組合理事長（昭和61年同）、そして鹿児島県美容専門学校理事長を務め、さらには鹿児島市内で今もミネ美容室を営んでいる。「現場を知らなければモノが言えない」という固い信念からだ。

■規制緩和に強い危機感

規制緩和の流れの一つとして酒類販売が原則自由化されたことにより“町の酒屋さん”がめっきり少なくなったことを例に挙げ、美容業の免許制度（業務独占）にも規制緩和の要望や提案が数多く出されていることに、強い危機感を抱く。

もし規制緩和が現実のものになれば、高度な技術を必要としない低料金店の進出、短期教育の速成技術者によるチェーン店



「人は石垣」と組合員の団結を呼びかける三根理事長

の大量出現、あるいは外国からの安い労働力流入に道をつけることになって、お客様への満足度、安心・安全のサービスの低下につながる、というのだ。

三根理事長は「団結が外に対するもっとも大きな力。業務独占という城を守るため、組合員を一人でも多く増やして『数は力なり』『人は石垣』とし、強いメッセージを発信しなければならない」と強調する。

■魅力ある組合づくり

現在のオーナー加盟数は約



8万人。高齢退会者が増加する一方、若い人たちがなかなか組合に入ってくれない。

そこで全美連は昨年、広報誌「ZENBI」増刊号で「組合のメリット発見」を20万部発行、また、各都道府県青年部を通じて若手の非組合員に加入を呼びかける作戦を展開した。

しかし、いくら若手勧誘を呼びかけても、組合が魅力のあるものでなければ効果がない。そこで全美連は魅力づくりの一環として、ヘアスタイルと着付けという従来の技術メニューに加え、昨年、エステ・ネイル・メイクの3ランク別の評価認定制度を創設した。

各美容組合は種目ごとに6日間（30時間）と経験者対象の3日間（15時間）の受験講習を開催、各技術の評価は学科と実技の試験によって習熟度別に①ディレクター2級②ディレクター1級③スーパーバイザーに認定する。

3つのランクアップを目指す若手スタッフの間からは「目標ができた」と好評を博しているという。

■「役立つ研修」84%

メリット発見のもう一つは、厚生労働省後援の「ハートフル美容師養成研修」。

10年後には4人に1人が65歳の超高齢社会に突入する。そんな中で「生き生きおしゃれ」を求め、その願望を満たしてくれる美容室への需要は年毎に高まっている。

業務独占維持へ全組合員に“石垣”の気概訴え



連合会のシンボルマーク

器具をつけて「高齢」を体験する受講者（ハートフル美容師養成研修で）



実際、おしゃれをすることにより「表情が明るくなった」という事例を多く耳にする。こうしたお年寄りの願いを叶えようと、全美連は各都道府県の美容組合を通じて「ハートフル美容師養成研修」の全国展開をスタートさせた。

研修課程は①開講式（半日程度）②通信教育（約2か月間）③集合研修（6.5時間）で、研修内容としては高齢者擬似体験、高齢者のおしゃれ術、訪問美容の対応、など。

これまでに延べ4,587人（平成19年6月現在）の「ハートフル美容師」が誕生。受講者アンケートによると「役に立った」が84.3%にのぼった。

■ホームページで検索可能に

ハートフル美容師の名簿が全美連のホームページで検索可能になった。

これはハートフル美容師を検索できるように消費者の利便を考えてアップしたもので、氏名、サロン名、住所はもちろん、イ

ンターネットの地図サイトとリンクさせた。また、介護関係の資格の有無なども掲示されている。

■技術の練磨を目指して

美容技術の練磨・向上を目的として、

全日本美容技術選手権大会が毎年1回、開催される（今年は11月6日、群馬県総合スポーツセンター「ぐんまアリーナ」で）。

全国47美容組合を代表する精鋭が一堂に会し、各種目で“日本一”を競う。一昨年からは洋装ブライダル部門も新設され、ヘアスタイル、ユース、カット&ブロー、花嫁化粧着付、中振袖着付、ネイルを加えた7種目で熱い戦いが繰り広げられる。また、2年に1回世界美容技術選手権が開催されているが、日本チームは過去3連覇の偉業を成し遂げており、「日本一へ、世界一へ」と若手のモチベーションの高揚に大きく役立っている。

さらに、全国大会では「ベスト・ヘア賞」の表彰も注目を浴びている。全国のお客様や美容サロンからの投票により、その年の一番素敵なおヘアスタイルの女性タレントを選んで表彰するもので、最近では長澤まさみさん

（平成18年）、上戸彩さん（同17年）、石川亜沙美さん（同16年）らが選ばれている。

■最新スタイルを提供

全美連の広報誌「ZENBI」ではシーズンごとにヘアスタイルのトレンド情報を掲載している。例えば7月号では「クセ毛のようなナチュラルなウェーブが人気」「グラマラスなラインの、女性らしいパーマヘア」などを紹介している。

「ZENBI」は加盟店に置いてあり、インターネットでも「イチ押しヘア」として紹介しており、お客様が「この写真のようなスタイルに」と注文することもあるという。

このほか春夏と秋冬の年2回、トレンドとなるヘアスタイルや創作帯結びを「トップマスターズライン」の場で発表している。さる2月6日、横浜市のパシフィコ横浜で開かれた第90回発表会では全国から5,000人が参加、創造性豊かな普及講習会として業界内外から注目を浴びた。



2007夏のトレンド・ヘアスタイルの例
（「ZENBI」より）

再考 和のこころ

世相ウォッチャー 更科 ケイ

江戸の商人が編み出した

暮らしを楽しむルール

「江戸しぐさ」を見習おう

『身につけよう！ 江戸

しぐさ』の中で、著者の越

川禮子氏は「ほんとうの江

戸の暮らし方を今日の生き

方に役立てるとしたら、歴

史や建物などを学ぶことも

大切ですが、何よりも江戸

の町方の人々の楽しい生き

方、考え方などソフト面を

見習うべきです」と述べて

いる。この言葉は、江戸講

の最後の講師だった故・芝

三光氏が主張していたこと

だという。

江戸の人たちは気持ちよ

く暮らしを楽しむための

ルール、心をもっていた。

そのルールをわきまえて実

践するのが大人であり、心

得がない者は稚児しぐさで

あると疎まれていたとも述

べている。はたして現代人

は暮らしのルールをわきま

えているだろうか。

電車の席に一人でも多く

座れるように、みんなが少

しずつ詰めて席を作るとい

うマナーを伝えるテレビコ

マーシャルがある。実際に、

目に余る行為が多く、町を

歩いていても不愉快な場面

に出くわさない日はない。

しかし、大人はその場で注

意もできず、見ないふりを

してしまう。自戒を込めて

勇気をもちたいものである。

江戸の子どもたちは、銭

湯で大人から学びながら江

戸しぐさを身につけていつ

た。洗い場では人にかから

ないようにお湯をかけ、足

と下半身をざっと洗い、湯

船に静かに入り、手拭いは

湯につけない。現代では内

風呂が当たり前で、銭湯に

行ったことがない子どもが

多い。そこで地域の有志た

ちが、銭湯を借りて子ども

たちに銭湯教育をしている

ところもあると聞く。そこ

から地域の人たちの交流が

深まり、顔見知りが増え、

気軽に声を掛け合える関係

が育まれる。それが地域の

防犯にもつながっていく。

商人道から生まれたしぐさ

江戸しぐさは、江戸の商

人たちが商いのために身に

つけたものだ。お客様に不

快な思いをさせてはならな

い、また来店してもらうに

はどんな接客をすればよい

かを考えたしぐさである。

商人たちの1日を見る

と、朝食前、近所の年寄り

が困っていないか、道は汚

れていないかと見回る。「そ

んなことは朝飯前だ」とい

う言葉は、江戸商人の朝の

見回りに由来する。午前中

は3時間ほど商いに精を出

し、午後からは町内の世話

役としてのボランティア活

動をする。

こうした時間を過ごせる

のも、多くの使用人を抱え

た大店の主人だからできる

ことに違いない。しかし、

そうした世話役がいたから

こそ町の平安が保たれてい

たといえる。

夕刻に店を閉めると、商

人は明日の準備をする。「遊

び」という言葉は、明日に

備える「あすび」に由来し、

明日のために英気を養う意

味をもつ。今では「遊びに

行こう」というと、楽しみ

だけを求めて翌日は疲れて

しまうという結果に……。

本来は明日の準備をし、体

を休めることを意味する。

現代では仕事に忙殺さ

れ、「あすび」の時間すら

作れない人が多く、心まで

失くしてしまっている。い

つも「あすび」の時間をも

ちたいものである。

○月△日

私は「物持ちがいい」と言うか、モノを捨てるのがとても苦手だ。「整理整頓が苦手」「エゴな人」だとも言える。まず、部屋にはついつい紙が溜まってしまふ。でもそれは必要なものばかりだと思っ

紙の山に何があるかという、まずはクレジツトカード会社から送られてくるDM。すぐ読む時間はないけど、いつか読めば役立つようなお得な情報があるかもしれない。だからとっておく。その他、仕事の合間に見つけた面白そうなホームページをプリントしたもの。会社で読む時間がないから家で読もうと印刷して持ち帰る。ところが帰宅すると「疲れているから後で」と放置してしま

う。お料理のレシピ、体のツボを解説した、家でできるマッサージ方法などもある。

働く女性のこだわり日記



人生と紙袋の関係

「すぐに手に届くところに置いておこう」などと片づけずに出したままにしてある。捨てられないものはそれだけではない。買った時の紙袋もそのひとつ。立派すぎ

貯めてしまふ。一番大きな紙袋

にそれより小さい紙袋を入れて、物置になっっている部屋に保管してある。それは誰にも見られたくない私の恥部だ。先日、うちに荷物を預けていた友人が広い部屋に引越した。そこで預けていた荷物

を引き取りにやって来た。気心の知れた友人なので、「紙袋部屋」にうっかり通してしまった。

しばらくしてから友人が深刻そうな声で、「かほ、何か悩みごとでもあるの？」と叫んだ。別の部

屋にいた私は、友人の不思議な問いかけに驚いて、「別ないけど」と言いながら彼女のもとに行ってみた。すると待っていましたと言わんばかりに友人は、「じゃあ、これは何!？」とあの紙袋の山を指差した。そして、「この量は普通じゃないから処分しましょう」と私を説得し始めたのだ!

内心「しまった」と思った。しかし、もう遅い。ここは開き直るしかない。私はすっかり自分の恥部を見られてしまったのだ。

紙袋は捨てたくなかった。そこで私の弁解は紙袋があると役立つことから始まり、そ



れぞれ買い物をした時の想い出、そしてとうとう、こう言うに至った。「だから、紙袋はただの紙と紐じゃなくて、私の人生なの!」

言ってしまった。私はなんと自分の人生が「紙袋」だと言いつつしてしまったのだ!友人は意地悪そうな笑みをたたえ、「今のはビデオに撮っておきたかった」と言い出す始末。

こうして紙袋は捨てられることはなかった。本当のことを言うとうんざりしているのだが、これからも私の「人生の物語」として紙袋は増え続けることだろう。

(英字誌記者 高樹かほ)

◆涼しく、地球のために



クールビズ・キャンペーンを発表する大森理事長（中央）と若林環境大臣（左）（全理連ビルで）

全国理容生活衛生同業組合連合会（大森利夫理事長、加盟83,000軒）は7月3日、記者会見を開き、国が進める地球温暖化対策に歩調を合わせて今夏、「クールビズ・ヘアスタイル」キャンペーンを展開することを明らかにした。

会見で大森理事長は「クールビズの服装で上着とネクタイを取ることで2℃体感温度を下げることができるが、頭髮を1センチカットすることでさらに1℃、あるいはそれ以上下げることができるものと期待している」と

キャンペーン展開の趣旨を強調した。

また会見に同席した若林正俊・環境大臣は「現在、私たちは『チーム・マイナス6%に参加しよう!』（本誌12～13ページ参照）を展開中であり、こうした髪型からの新提案は非常にありがたい」とキャンペーンに熱いエールを送った。

クールビズ・ヘアスタイルは全理連中央講師の駒崎智氏がデザインしたもので、若者向けと中年向けの2種類。駒崎氏は「オフィスという公の場にふさわしい、カジュアルすぎず、しかも落ち着いた中にも大胆な動きがあるスタイルにした」という。



全理連が提案する、若者向け④と中年向け⑤のクールビズ・ヘアスタイル

♥涼しく、楽しく



お母さんと一緒にそり滑り

東京都冰雪販売業生活衛生同業組合と東京冷凍事業協会は6月3日午前11時から午後4時まで、東京・上野恩賜公園大噴水前広場で「2007東京純氷まつり」を開催した。

「夏だ! 氷だ! ぶつとばせ!! 上

野の山に雪が降る」と題したまつりには13,600人が参加。28℃の気温のなか、大人も子どもも人工雪やそり滑り、雪だるまづくり、ミニ・カーリングなどにおおはしゃぎ。また、西郷さんと犬など氷の彫刻群や氷屋さんの前では、ひとときの涼感を楽しんでいた。



気温と会場の熱気で氷の彫刻も解けそう

『生活衛生関係営業便覧2007年版』を刊行

ご希望の方は、このページをコピーし、FAXでご送信ください

全国約400店舗・団体の「生活衛生関係営業便覧」の増刊は、独自の集約の参考資料として、生活衛生関係営業に
関する様々な資料をお知らせした「生活衛生関係営業便覧2007年版」を刊行いたしました。

ご希望の方は、この用紙を1部複製の上、この用紙をのりしてFAXにてご送信ください。



品名：『生活衛生関係営業便覧2007年版』(155頁・317頁)

価格等：1部 2,000円(消費税・送料込)

・申込後1週間以内にお届け致します。

担当者へお申込

(財)全国生活衛生関係団体センター

〒105-0004 東京都港区新橋6-8-2 全国生活衛生会館2階

TEL 03-5777-0341 FAX 03-5777-0342

申込先FAX番号(03-5777-0342)

申 込 書

(財)全国生活衛生関係団体センター 様

品名	『生活衛生関係営業便覧2007年版』	〒	東京都	港区	新橋	番	6	号	2	階
担当者名		〒								
会社名		〒								
請求先		〒								
所属課	〒									

請求書、お申し込みの届書と一緒に送付いたします。

(財)全国生活衛生営業指導センター賛助会員
(50音順、7月25日現在)

アフラック (アメリカンファミリー生命保険会社)

〒163-0456 東京都新宿区西新宿2-1-1 新宿三井ビル

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・スパ協会

〒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

安全・安心への取り組み「Sマーク」



「Sマーク(標準営業約款制度)」は、消費者の皆さまにご利用いただく際の安全・安心の目印です。

現在、「Sマーク」は理容業、美容業、クリーニング業、めん類飲食店営業、一般飲食店営業の5業種で導入されています。

「Sマーク」登録店は次の3つのSを約束します。

Safety…安全であること＝万一事故が発生した場合、事故賠償基準に基いた賠償が行えるよう、損害賠償責任保険に加入しています。

Sanitation…清潔であること＝衛生的なサービスを提供出来るよう、営業施設又は設備についての基準を定めています。

Standard…安心であること＝標準的なサービスが提供出来るよう、提供する役務の内容、基準を細かく定めています。

Sマーク登録には、最寄りの都道府県生活衛生営業指導センターにお問い合わせください。

「Sマーク」の詳細は、次のURLに掲載。http://www.seiei.or.jp/anant/smark.html

小さなクロスワードパズル

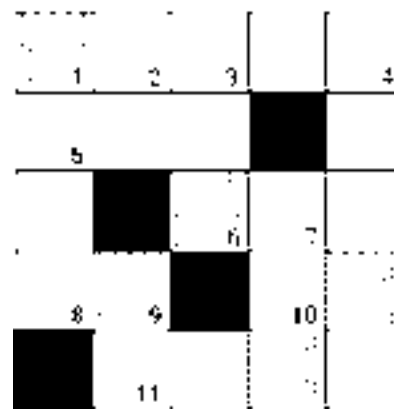
(模様付きの枠に入る文字を並べ替えて言葉を作りましょう)
ヒント：夏にちなんだ事柄です

【よこのかぎ】

1. 真夜中の墓地や学校で…。
5. 人それぞれ違います。
6. ○○○六腑に染み渡る…。
8. 築地といえば○○市場。
10. さなぎから成虫に…。
11. 風に揺られてチリンチリン…。

【たてのかぎ】

1. 「ひまわり」は○○○○衛星。
2. イヌ・サル・キジをお供に…○○太郎。
3. お腰につけた…きび○○○。
4. 招き呼び出します。
7. ゆかたに合った、履き物です。
9. 使わない時は、スイッチを…。



(答えはこのページのどこかに)

生衛ジャーナル

7月号 平成19年7月発行 通巻373号

■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 萩原 壽
〒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

(4字こま=登録)

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。