

■令和4年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価＜組合・連合会＞

事業番号	事業計画者名	事業名	計画額(千円)	課題番号	概要	審議結果	総評
1	全国理容生活衛生同業組合連合会	理容サロンに行こう『GO TOパーバー』キャンペーン	50,000	1	生活衛生関係営業の大部分は経営基盤が脆弱な小規模事業者であり、新型コロナ感染症の拡大に伴う売上げ減少等により経営が危機的な状況にある。国民生活に密着した生活衛生業において事業の悪化によるサービスの質の低下等が進行すると、衛生水準の維持が難しくなり、国民生活に影響を及ぼしかねない。以上を踏まえ本事業の実施を通じて生活衛生業への消費喚起を図るとともに、新型コロナ対策など衛生水準の向上、及び理容業の業績回復を図る。	C	計画通り事業成果が上がらなかった事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
2	全日本美容業生活衛生同業組合連合会	消費者に対する組合店舗の安全性PR事業	28,258	1	新型コロナウイルスの感染拡大が続く中で、組合加盟店舗はガイドライン等の遵守、衛生管理講習会の受講等により、十分な安全対策を行っていることで衛生水準も高く安心して利用できることを消費者に広く周知するため、全国の組合加盟店舗共通のステッカーを作成、配布し、消費者が組合加盟店舗を選択し易くすることを目的とする。	C	計画通り事業成果が上がらなかった事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
3	全国興行生活衛生同業組合連合会	映画館の復興・再生プロジェクト「映画館へ行こう！」	29,920	1	コロナの感染状況から密を避けるため、また長期間の自粛から生活スタイルの変化で、慢性的な集客減は否めない。特に映画館を支えてきたファミリーと年配の映画ファン、洋画ファン、また年数回の鑑賞のライト層が激減しているという状況がある。通常のマーケットに戻すために、まずこの客層をできる限り早くリターンさせ、2022年を通常マーケットに戻すリハビリ期間と位置づけ、2023年には最高興行収入を目指す。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。費用対効果を踏まえて、将来的には独自財源で継続できるとより良いと考える。
4	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会	生活衛生関係営業業績回復支援事業	25,030	1	衣替えの慣習の希薄化や新型コロナウイルス感染症の影響によりイベントが自粛され、クリーニング需要の落ち込んでいる。確かなクリーニング技術と、衣服をメンテナンスし長く着用するためのサステナブルなビジネスであることをPRする。併せて組合及び組合員がPRのために使用できるツールを構築する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。プラットフォームの活用が、今後店舗利用の効果に繋がることを期待する。
5	全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会	生活衛生関係営業業績回復支援事業	16,322	1	公衆浴場業の大半は経営基盤が脆弱な中小零細事業者であり、令和2年からの新型コロナウイルス感染症拡大による人流減少等により、経営状況が圧迫されているが、地域公衆衛生の確保及び国民の安定的な生活に不可欠なサービスとして、地域衛生の為に営業を続けてきた。今後、消費者、利用者の新型コロナ感染症に対する不安感を少しでも軽減し、安心・安全に店舗をご利用頂ける環境作りを行うことが重要な要素の一つであり、それらのPRを行う。	C	事業成果、効果の提示が一部不足した事業である。今後はアンケートの実施方法、結果の詳細等を成果報告書に記載、添付し効果の根拠を示されるとより良いと考える。
6	全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会	旅館ホテルにおける業績回復支援事業	20,320	1	旅館ホテルにおける全国的な旅行喚起イベント等、国内宿泊旅行者を呼び込むための全国的なキャンペーンや、宿泊客に対して安心安全のための衛生管理の徹底及びSDGsに向けた対応をアピールする機会を創出し、国内の宿泊旅行喚起を図る。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
7	全国麺類生活衛生同業組合連合会	全国麺類飲食業「お客様感謝祭キャンペーン」事業	25,999	1	コロナ禍にあって感染状況に経営状況が左右される麺類飲食業は、中小規模の店舗も多く集客に大変苦労している。今回「生活衛生関係営業業績回復支援事業」の一環として地域に根ざした麺類飲食店を多くの方に知ってもらい、また生衛組合の存在と役割を併せてPRすることで、新規顧客の開拓と組合組織のメリットというコロナ以前からの課題にも資する事業として、本事業を実施する。特に麺類飲食業界では、若年層や女性層の集客に課題があることから、そうした客層が参加しやすいキャンペーンにすべく印刷物のデザインなどを工夫し、SNSを活用する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
8	全国氷雪販売業生活衛生同業組合連合会	メディアを活用した氷屋純水PR水屋純水セミナーの開催	16,796	1	新型コロナウイルス感染症の感染拡大により業界の主要顧客である飲食店は、営業自粛や時短営業の対象施設となったため、組合員はかつてない厳しい経営を強いられている。組合員の経営状況の悪化により、衛生水準の低下を招く事態が生じると、消費者が求める食の安全・安心に応えることが困難となる。このため、全氷連統一ブランド「氷屋純水」を飲食店向けの雑誌や、YouTube などあらゆるメディアしPRするとともに、氷屋純水セミナー、各都府県組合が参加する地域のイベント等において、制作した動画等を紹介することで、組合員の経営回復を強力に支援する。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
9	全国食肉生活衛生同業組合連合会	生活衛生関係営業業績回復支援事業	19,803	1	食肉販売事業者では新型コロナウィルス感染拡大やガソリン価格の高騰、電気・ガス代等の値上げなどの影響により飲食店、旅館ホテル等からの注文が激減し、非常に厳しい経営状況となっており廃業や規模の縮小に追いやられている。この状況を回復させるため一般消費者等への食肉販売店における衛生管理等に関する情報提供活動を積極的に推進することで、感染拡大を防止するとともに一般消費者等に対する理解・醸成を図る。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。需要拡大や業績回復といった本補助金の目的の達成について具体的な成果を把握するとより良いと考える。
10	全国飲食業生活衛生同業組合連合会	生活衛生関係営業業績回復支援事業	25,375	1	長引くコロナ禍における飲食店営業においては、各自治体による営業の時間短縮や休業要請により、顧客離れ著しく業績回復にはまだまだ至っていないのが現状である。集客増加を見込む対策事業を展開することにより、来客の機会の回復、今後の飲食業界におけるデジタル化へのステップアップ、アフターコロナ時代における国民の外食に対する消費行動等把握することが期待できる。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
11	全国すし商生活衛生同業組合連合会	生活衛生関係営業業績回復支援事業	19,060	1	令和2年1月から新型コロナウイルスの感染が拡大し、従来通りの営業が出来ない状況が2年以上続き、イベント等も開催出来ず、この間、従業者のすし技術の向上につなげる機会も全く失われていた。業界として従業者のすし技術の向上と、お客様にすし技術を理解して頂き、すし店への来店へ繋げる必要があり、技術披露会を開催する。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。

■令和4年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

事業番号	事業計画者名	事業名	計画額(千円)	課題番号	概要	審議結果	総評
12	全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会	消費者への「安全・安心・美味しい鶏肉」の啓発と食鳥肉販売業の価値の発信	20,000	1	新型コロナウイルスによる様々な自粛要請、人流の減少に伴う売上の落ち込み等により、食鳥肉販売業全体として経営・運営が危機的な状況に陥っている。そのため、営業業績の回復支援策・経営改善は急務かつ重要な課題である。一方で、新型コロナウイルスにより、社会全体で衛生管理への関心が高まっている。食鳥肉専門店をはじめとした食鳥肉販売業態において、衛生水準の高さや鶏肉の正しい取扱い等をより啓発し、食中毒防止等の観点からも鶏肉の正しい取扱いや鶏肉についての知識を更に深めてもらうことが必要である。消費者への啓発活動を推進することで、「安全・安心・美味しい鶏肉」の利用増、消費喚起を促し、食鳥肉専門店の価値を認識してもらい、事業者の経営改善につなげる。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
13	全国喫茶飲食生活衛生同業組合連合会	生活衛生関係営業業績回復支援事業	24,528	1	約2年にわたり新型コロナウイルスの感染拡大が続き、その間、人流、営業時間、酒類の提供の自粛など制限された。喫茶店は小規模事業者が多く経営基盤が脆弱なところに、営業時間短縮の対象とならず、酒類の提供を行う店舗も少なく、協力金等の対象から外れ、財務内容は厳しくなっている。このような状況では売上げの回復が喫緊の課題であり、売上げの回復につながる消費者への喚起策を講じる。	C	計画通り事業成果が上がらなかった事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
14	全国中華料理生活衛生同業組合連合会	生活衛生関係営業業績回復支援事業	19,250	1	昨今、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による人流の減少や、行政からの様々な自粛要請に伴う売上の減少等により、傘下店舗の経営は危機的な状況に陥っている。このため、全国的(地域的)な消費喚起イベント等、消費者を呼び込むための全国的なキャンペーンや、消費者に対して衛生水準の高さをアピールする機会を創出し、消費喚起を図る。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
15	全国社交飲食業生活衛生同業組合連合会	コロナ禍に於ける社交飲食業界業績回復支援事業	20,063	1	新型コロナ感染症の終息の目途がつかないなか、社交飲食業界はまん延防止等重点措置のもと、時短営業や酒類の提供停止の要請もあり、人流の減少で売上低迷が続き、経営存続に不安を抱える事業者が多くある。アフターコロナを見据えて、地域ごとに消費者を巻き込んだイベントを実施し、地域の活性化を図り、経営の回復を支援する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。事業の目的である顧客獲得や売上増についても成果把握を行うとより良いと考える。
16	全国料理業生活衛生同業組合連合会	①「映像で再発見 日本の郷土料理」・全料連 ②岩手セイエイ飲食店情報発信事業・岩手県 ③食べて吞んでハッピーキャンペーン・広島県	28,535	1	新型コロナウイルスの感染蔓延により、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置等が発出され、飲食業他生活衛生関係業界が困窮を極めている。何とかこのコロナ禍を乗り越え、事業の継続を維持するため、来店顧客数の増加回復と経済回復のためにもキャンペーン事業を立ち上げ組合加入のメリット感を広くアピールする。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
17	公益財団法人全国生活衛生営業指導センター	生活衛生関係営業の力強い回復に向けた経営支援事業	219,167		新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって深刻な影響を受けている生活衛生関係業者に対して、支援ニーズを掘り起こすうえで、今後の景気回復に向けた経営支援を行うべく、新型コロナウイルス感染症の再拡大を見据えた公的支援等への相談体制の支援を行うことで、生活衛生関係営業の商品およびサービスの質を維持、業績の回復を図ることを目的とする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
18	山形県理容生活衛生同業組合	理容店が提案する中学生向けヘアスタイルメニューの提供と顧客拡大事業	2,019	16	新型コロナウイルスの感染拡大の長期化や大型チェーン店の進出等により、理容業では厳しい経営環境が続いている。理容業が持つレベルの高い理容技術や、時代のニーズをとらえた新しいヘアスタイルへの取り組みなど、理容業界を広く消費者に発信し、組合員店の経営の安定と新しい顧客の獲得に努める必要がある。ヘアスタイルに敏感な中学生をターゲットとしたヘアスタイルメニューを研究開発し、理容店のファッション性や高レベルのテクニクについて、地域に広く知ってもらえるようなPR活動を行う。中学生を理容店の新しい顧客になってもらえるよう魅力的なサービスを展開し、組合員店の経営の安定と収益の増加を図る必要がある。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。メニュー化店舗数や利用者数に関する成果把握があるとより良いと考える。
19	群馬県理容生活衛生同業組合	労働生産性向上化事業	2,125	6	組合員の労働生産性を向上させることを目標として事業を展開し、経営基盤の安定化を図る。具体的には組合員のモチベーションを向上させるための講習会の開催により意識改革を目指す。また、収益を増やすための物販販売推進方法について講習会を行う。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
20	千葉県理容生活衛生同業組合	人材育成及び自己啓発の推進と税制等の理解への促進・対応強化のため、組合員及びその従業員等を対象とした講習会・勉強会を開催し、衛生管理知識・技能の修得や、租税に関する知識の普及を図る	730	10,15	理容組合員及びその従業員等を対象に、理容業の衛生管理知識・技能を習得するような理容業に資する講習会・研修会を開催し、教養や経営能力を高めた次代を担う人材育成を図ることを目的とする。合わせて顧問税理士と連携し、営業者である組合員に必要な租税に関する知識を、分かり易い形で習得できるよう税務勉強会や税務相談会を開催し、組合員の税制等に対する理解を促進することを目的とする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。需要拡大や業績回復といった本補助金の目的の達成について具体的な成果を把握するとより良いと考える。
21	新潟県理容生活衛生同業組合	コロナ禍の中、理容業の特性を生かしたゲートキーパー養成事業の取り組みと普及	2,507	13	自殺を防止するため、自殺の危険性の高い人を早期に発見し適切な対応を行うためのゲートキーパーが必要とされており、その人材を広く養成することを目的として事業を実施する。また、この事業を一過性にしないために、ゲートキーパーを養成する指導者を養成し、その指導者が講師となつてゲートキーパー養成研修会を継続して開催できる体制を構築することを目的とする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。事業効果が把握できる指標を設定し、把握できるとより良いと考える。

■令和4年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価〈組合・連合会〉

事業番号	事業計画者名	事業名	計画額(千円)	課題番号	概要	審議結果	総評
22	福井県理容生活衛生同業組合	生衛業の専門性を生かした顧客づくりの推進	2,018	16	本事業は女性客の集客増加を目標とし、老若男女問わず安心して来店いただけるお店作りを組合員に推進する。技術講習会を開催し、レディースシェービングや、医療用ウィッグの技術の統一を図るとともに、HPやチラシ、雑誌等で紹介することにより、理容室でしかできない技術であるレディースシェービングの魅力や医療用ウィッグの存在を知ってもらい、幅広く顧客を増加させ、経営の安定化に資することを目的とする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
23	静岡県理容生活衛生同業組合	理容業の生産性向上事業 「シズオカ・匠・調髪コース」プロジェクト	1,928	6	新型コロナウイルス感染拡大に伴い、組合員店舗の売り上げは減少しており、理容店における総合調髪に対する顧客のニーズを探り、従来の総合調髪の内容を見直し、ニーズに合わせたメニューの提案が必要であると考え、「癒し」や「リラックス感」を高めるプレミアムなメニューを組み合わせることで、サービス向上を行うことにより「新たな総合調髪メニュー」の価値を発信するとともに、客単価の向上につなげる。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
24	香川県理容生活衛生同業組合	新型コロナウイルス対応型訪問理容	2,003	7	訪問理容を行う組合員にPCR検査を実施し訪問利用対象者に安全性をアピールする。コロナ禍の中、多人数が集まって講習会を行うことが不可能な現状を鑑み、「衛生を徹底した安全且つ快適な訪問理容」を推進するため講習会DVDの作成、保健所によるコロナ対策ZOOM講習会を開催しコロナ対応資格試験を行う。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
25	福岡県理容生活衛生同業組合	福岡の街を盛り上げるお祭りヘアの普及	2,440	16	長期に渡る新型コロナウイルス感染症の影響で、様々な行事が中止となり人前に入る機会も減り、客の来店周期が伸びることで、売上が低迷している、そこで地域密着型のビジネスモデルである理容店が、明く話題のある地域のお祭りに注目し、男衆のヘアスタイルを勉強し発信することで集客アップ、地域活性化の原動力とする。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
26	熊本県理容生活衛生同業組合	熊本県理容組合組織強化	2,154	14	熊本地震・南九州豪雨・コロナ禍等の影響もあり過去数年での組合員脱退減少に伴い組織の弱体化が進行している。組織の強化の為組合員の意識調査を行い、組織改善を進めながら組合員増加を目指し、組合脱退者や美容師によるダブルライセンスでの組合への加入を促し、組合の強化へ繋げ、安定した組織の為の基盤作りをする。また県講師の技術提案と地域との連携で組合員満足度を向上させ組織強化に繋げる。	C	計画通り事業成果が上がりなかった事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
27	鹿児島県理容生活衛生同業組合	利用者への情報提供の推進と組合の組織強化(加入促進)	2,112	4.14	現状として、組合情報がすべての組合員に素早く周知できていない。また組合脱退者が増えており、組織の弱体化が進んでいる中で、組合の組織強化、特に加入促進は、急務の課題である。加えて利用者に対してより安心して来店いただける組合店のアピールを行う必要がある。についてはホームページ等を通じて組合の取り組み、講習会の開催など、様々な情報発信の手段を構築する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
28	全国理容生活衛生同業組合連合会	収益向上のためのサービスメニューの提案	9,918	4.6	新型コロナウイルスの影響もあり、全国の理容サロンの収益は減少傾向にあり、女性客や若い顧客層の取り込みが重要である。そこで、本事業は密集を避けることも考慮した空間の利用と従来の理容技術を生かした新たなサービスメニュー(ヘアスタイリング、セルフ脱毛等)の提案をして、技術プロセスや注意点、基礎知識等の分かるテキストおよび動画、報告書を作成することで、組合員がサロンメニューに取り入れやすく、増収に繋げることができると考える。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
29	岩手県美容業生活衛生同業組合	生活衛生関係営業地域活性化連携事業 生活衛生サービスの高齢社会アプローチ事業 第3章 ～地域包括ケアと連携した『生衛サービス』の展開を目指して～	4,147	22	県生活衛生同業組合員数は、年々減少傾向で推移しており、特に東日本大震災津波以降、沿岸地域の人口減少が一層加速し、被災地での生衛業の廃業・組合退会が進んでいる。生衛業の振興と地域の活性化を図るため、在宅や地域の交流サロン等を拠点に生活している元気な高齢者へのアプローチを行う。生衛サービスとの連携に意欲のある市町村と地域包括ケアシステム等との連携を視野に入れながら、周知等情報発信、サービスメニュー等の検証、各生衛組合間の連携強化、関係機関との協力体制を構築する等、生活衛生業のイメージ向上、生衛業の経営の安定化と高齢社会に根ざした地域コミュニティの活性化を図る。	A	先進的モデル事業として評価できる事業である。
30	埼玉県美容業生活衛生同業組合	自治体によるデマンドタクシー活用による高齢者対応の促進	1,081	7	本事業は、「デマンド(乗合)タクシー事業」を展開する自治体に対して働きかけを行い、組合加盟店を発着地点とすることを推進することにより、地域高齢者の来店促進を図り、併せて地域美容サロンの経営の安定化を図ることを目的とする。また、これら地域高齢者に対する取り組みを進め、タクシーの発着地点となるなど組合加入メリットを創出することにより、組合加入の促進を図る。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
31	新潟県美容業生活衛生同業組合	がん罹患者への情報提供及び利用者の保護の推進	848	4・5	「がん患者サポート美容師」の資格認定講習会を開催し、がん罹患者への施術に必要な基本的知識・技術を習得した美容師を養成する。また組合ホームページにおけるサロン情報の掲載、サロンにおける認定証・ステッカーの掲示、サロン並びに病院、保健所におけるパンフレットを配置を行うことで情報提供を推進し、利用者の利便性を高める。加えて令和元年度に認定された美容師に対する更新講習を開催し、資質向上を図ることを目的とする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。講習会の受講者数・修了者数が伸び悩み要因を分析し、改善に取り組むとより良いと考える。
32	三重県美容業生活衛生同業組合	消費者が選ぶ組合加盟店作り及び非組合員の加入促進	2,000	5	消費者に美容組合加盟店舗の各種補償制度が周知されていない現状を鑑み、保障制度の周知を行うとともに、組合加盟店数の漸減状況を改善させる。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。消費者の認知度についても把握するとより良いと考える。

■令和4年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価＜組合・連合会＞

事業番号	事業計画者名	事業名	計画額(千円)	課題番号	概要	審議結果	総評
33	大阪府美容生活衛生同業組合	組合の組織強化(加入促進)	2,000	14	各サロンの経営健全化と衛生水準の向上を図るために、組合組織を盤石なものとし、消費者へ組合についてアピールする。組合の弱体化を打破し、加入促進を図る。	C	計画通り事業成果が上がりなかった事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
34	奈良県美容生活衛生同業組合	組合の組織強化(加入促進)・「組合組織見直しと訪問美容」	1,500	14	本事業により、組合組織及び訪問美容含めた組合事業を検討し、訪問美容体制の構築とYouTube等の積極的な情報発信等の活用により新規組合員加入促進を図る。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
35	和歌山県美容生活衛生同業組合	組合加入促進活動展開事業	1,859	14	現在の組合ホームページの全面リニューアルを行い、それに併せて本部役員及び事務員を中心に加入促進活動を展開し、組合組織への新規加入を促進するとともに、情報発信機能の向上により事業者及び消費者に対して正しい知識・必要な情報を伝えていく環境整備を図ることを目的とする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
36	徳島県美容生活衛生同業組合	まつ毛エクステンションの技術者育成	2,504	10	本事業の目的は、正しいまつエクの知識と技術を修得した技術者・後継者を育成することにある。初心者及び経験者の受講を受け付け、初心者は安心して施術を行えるレベルへ向上させるとともに、経験者は、その知識と技術が正しいものかの確認を行い、更なる技術の向上を目標として後々には講師への道も視野に入れた講習を行う。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
37	全日本美容生活衛生同業組合連合会	組織強化(組合加入促進)におけるデジタル化推進事業	9,363	14	各組合における組織強化の内、最も重要な組合加入促進におけるデジタル技術を活用した施策の具体策を示し、各組合が実施することで組合員の増加につなげることを目的とする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
38	東京都クリーニング生活衛生同業組合	ファッションメンテナンスによる顧客づくりの推進	2,500	16	消費者に対して「今持っている服を長く大切に着よう」、「リユース(再利用)でファッションを楽しもう」、「先のことを考えて買おう」等、持続可能な社会形成の実現に向けたテーマについて情報提供(提案)を行い、クリーニング業の魅力伝えることで顧客増加を目的とする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
39	兵庫県クリーニング生活衛生同業組合	消費者への情報提供によるクリーニング業界の活性化と組合の組織強化	2,236	4・14・16	クリーニング業はハンガーやドライ溶剤のリサイクル等を行い、環境保全への取り組みを進めてきた。また、組合加入のクリーニング店は研修受講や保険加入の点で未加入店に比べて優位性がある。クリーニング業界へのイメージアップさせるとともに、組合加入店のサービスの質や魅力を広報する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。新規組合加入者数についても成果を提示できるとより良いと考える。
40	熊本県クリーニング生活衛生同業組合	SDGs対応イベントの開催とイメージアップツール製作	2,800	4	クリーニング業界が長きにわたりエコスタイルの下支えをしてきたことを認知する消費者は多くないため、今一度消費者にアピールし、より良いファッションライフのパートナーとして再認知をいただく。同時に関連業者との繋がりを強くし、多面的に発信することで衣類のケアに対する重要性を訴求し、クリーニング需要を促進することで震災・コロナ禍とダメージを受け続けた業界の一助とする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。事業目的である利用促進を成果として把握できるとより良いと考える。
41	沖縄県クリーニング業生活衛生同業組合	利用者保護および人材育成の推進事業	2,460	5・10	沖縄県は観光立県の側面が強く、組合員もリネン業を主体とした事業者が多く、県内のホームクリーニング業のクオリティは高いとは言えない。このため特にホームクリーニング事業者に対してレベルアップを図るとともに、若い世代の技術向上のため研修を行う。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
42	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会	次世代育成ブロック4者会議組織強化事業	5,110	11・14	クリーニング業界にとって次世代育成は、高度成長期の終焉を迎え、クリーニング需要のピークを過ぎた後の低迷期に入った時期からの大きな課題であり、青年部員の減少が著しい状況となっている。次世代育成・支援を目的とした組織「ブロック次世代支援会議」の立ち上げに向けた検討を行う。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
43	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会	クリーニング師試験の全国統一およびクリーニング師役割最適化事業	3,675	21	クリーニング師の役割・責務は明確化されていないが、国民、消費者にとって欠かせないものである。そのため、クリーニング師に役割を持たせることが重要であり、「安全・安心」をキーワードとした切り口でその存在価値を再認識、再定義する。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。

■令和4年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価〈組合・連合会〉

事業番号	事業計画者名	事業名	計画額(千円)	課題番号	概要	審議結果	総評
44	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会	安全安心指導員育成とエシカル対応事業	3,675	4・5	プラスチック資源循環促進法によりプラスチックハンガーとポリ包装が特定プラスチック品目として指定される等、クリーニング業は環境に対応することが社会的要請となっている。また、原油価格、エネルギー価格の高騰は、燃料や資材、溶剤含めて多岐にわたり石油製品に囲まれているクリーニング業を直撃し経営を圧迫する要因となっている。クリーニング業がエシカル(=人や地球環境、社会、地域に配慮した考え方や行動)に対応していくことは、今、最も求められているが、個々の組合員がこれに対応することには限界があるため、連合会の大きな枠組みで取組み、これを消費者に発信していく。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
45	千葉県公衆浴場業生活衛生同業組合	北関東公衆浴場地域文化拠点事業	2,795	21	銭湯が安全・安心な施設であること、銭湯の正しい利用方法等のPRに力を入れていく。減少した既存客に対しては、銭湯がお風呂の利用だけという場所ではない、新たなコミュニティの場所であることを認識してもらうために、個店において様々な取組を行えるような検討会を行う。さらに新規利用者には各施設の紹介、正しい・安全な入浴方法、銭湯マナー等を網羅した情報の提供をする。銭湯周遊マップも作成し、PRを行う。同時に組合員に対して、研修会を重ね利用客増を目指す。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果指標の根拠となる資料を成果報告書に記載、添付するとより良いと考える。
46	新潟県公衆浴場業生活衛生同業組合	越後銭湯 湯朱印帳巡り	1,000	20	現在の利用者から改めて銭湯の魅力を感じてもらい、周囲に発信してもらうとともに、これまで利用したことのない方にも、銭湯に足を運んで魅力を実感してもらう。併せて公衆浴場では、コロナウイルス感染拡大予防ガイドラインに基づき、十分な対策を講じていることもPRする。これらを通じて、利用者減少に歯止めをかけ経営の安定化に資する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
47	石川県公衆浴場業生活衛生同業組合	後継者育成とマッチング、若い世代の銭湯利用を促す「銭湯学講座」	2,110	11・16・18	会員店舗に対し、今後数年間の廃業の可能性、継承希望の有無を確認する。銭湯の魅力や経営の概要を学べる一般向けの講座を実施し、銭湯の運営に関心のある人と、「廃業の可能性があるが、事業を承継したい」と考えている会員店舗を結びつける。また講座の締めくくりには、地域の幼稚園・保育園児に体験入浴を実施し、銭湯の入り方を周知する実技試験を実施して、小さい子供にも銭湯の良さを感じてもらい、将来の利用につなげる。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。事業の実施・実現可能性を検討するとより良いと考える。
48	愛知県公衆浴場業生活衛生同業組合	あいち銭湯 マップで銭湯巡り	1,998	16	近年は家庭風呂の普及やスーパー銭湯の隆盛により、新規顧客の獲得が進んでおらず、従来からの顧客も高齢化が進み、入浴回数も間遠になる傾向が見られる。こうした状況に歯止めをかけるためには、新規顧客の獲得を重点に考える必要がある。銭湯の魅力を広報していくとともに、色々な種類の銭湯を体験してもらうことで、スーパー銭湯等の施設とは違った魅力を発信していく。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果指標の根拠となる資料を成果報告書に記載、添付するとより良いと考える。
49	京都府公衆浴場業生活衛生同業組合	イベント風呂周知のための「京都銭湯」共通屋外広告物の制作と京都の地場産業とのコラボレーションを目的としたイベント風呂実施による京都銭湯のブランディング	2,890	16	2020年度に利用者への公衆浴場の周知と親しみを感じて頂く為、「京都銭湯のロゴマーク」を作成したところである。当該ロゴマークについては、各種店内ポスターやカード等に活用しているものの、屋外広告物への活用が十分できておらず、街頭啓発が充実しているとは言い難い状況にある。ロゴマークを付した和紙提灯を店頭に配置することで、周辺住民に公衆浴場の新たな利活用気付いて頂き、各銭湯の更なる魅力発信につなげていく。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果指標の根拠となる資料を成果報告書に記載、添付するとより良いと考える。
50	兵庫県公衆浴場業生活衛生同業組合	県下全域の銭湯スタンプラリー(「オフロード巡り」)で情報発信・交流をし、地域と銭湯の再発見・活性化を進め、新規顧客も迎える。	2,000	16	公衆衛生の観点からも大切な入浴施設であると同時に地域コミュニティとしての役割を長く担ってきた銭湯は、家風呂の普及に伴って利用者数減等により徐々に廃業に追い込まれている。その存在と魅力を再度広く一般に伝え、大いに利用してもらうことが大切である。スタンプラリー(オフロード巡り)を実施し、新規顧客を獲得する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
51	全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会	銭湯利用に必要な課題を消費者行動学の観点から導き出すアンケート調査	6,524	16	年々、全国の公衆浴場数、および浴場利用者数の減少傾向にある。その一方で公衆浴場に注目し、興味を持つ新しい利用者層が現れ、増加しているといわれる。新しい利用者層を拡大していくとともに、繰り返し浴場を利用する固定客層にしていくことは、業界の今後のために必要不可欠な戦略である。新しい利用者層の実態及び、固定客とはならなかった事例の課題を把握し、組合員に報告書を配付することで顧客づくりを推進する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
52	岐阜県旅館ホテル(料理・社交飲食業・飲食・中華・喫茶・館商)生活衛生同業組合	安全・安心・おもなしの地域活性化システム構築のための連携事業	6,139	21	新型コロナウイルス業種別ガイドラインの順守状況がリアルタイムで確認できるアプリを開発したところであるが、参加店の拡大及び消費者へのPRを推し進めるための体制を整備する。連携相互の組合が総力を挙げてこの事業に取り組みながら利用客の増加と併せて地域の活性化に資するものである。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
53	三重県旅館 ホテル生活衛生同業組合	三重県生活衛生同業組合 相互連携互助事業	2,000		本事業は、三重県内13団体約4,000名の組合員による異業種組合間の相互利用を促進することにより、長引くコロナ禍のなか厳しい経営環境におかれる地域生衛業者の経営の安定化を図るとともに、生衛組合の意義の再認識、組合組織の活性化を図ることを目的とする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果指標が一部達成されなかった点については要因を分析するとより良いと考える。
54	愛媛県旅館ホテル生活衛生同業組合	えひめ生衛マイスターの誇れる技術・魅力の伝承・発信事業	3,576	22	近年減少を続けている生衛組合員の増加を図るとともに、コロナ禍で低迷している業界の活性化と経営の安定化に資するため、生衛業の優れた職人を動画及び報告書として残すとともに、若手後継者等の研修やインターンシップ学習等、様々な場において活用する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。DVDと技術報告書の活用状況をさらに把握するとより良いと考える。

■令和4年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価〈組合・連合会〉

事業番号	事業計画者名	事業名	計画額(千円)	課題番号	概要	審議結果	総評
55	愛媛県旅館ホテル生活衛生同業組合	新型コロナウイルス感染症の影響から安全安全の宿の復活	2,686	20	新型コロナウイルス感染症の影響やインバウンド観光の停止等により、宿泊客の激減で業績が悪化している。このため新型コロナウイルス感染症への適切な対応を継続しながら、新規事業や業態転換等を模索して業績回復に向けた事業を実施し、県内ホテル業界の復活につなげていく。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果指標については測定できる目標を設定し、成果の根拠を示すとより良いと考える。
56	全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会	旅館ホテルにおける食品ロス対策事業	9,911	6	年間の食品ロスは約600万トンで事業系廃棄物が半分以上を占めている。社会の食品ロス対策が進む中で旅館ホテルの食事提供の効率化に対応し、アフターコロナにおける旅館ホテルのコスト削減に対応するため、専門家の協力を得て旅館ホテル向けのマニュアルを作成する。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
57	全国興行生活衛生同業組合連合会	「わくわり」起爆での動員回復及び来場継続事業	4,994	20	コロナの影響により、ファミリーと継続的な映画ファン等、通常観賞していた客層が戻ってこない状況となっている。国が予定している割引制度(わくわり)を周知することにより、過去に映画館で鑑賞していた映画館ファンを呼び戻す。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
58	大阪府氷雪販売業生活衛生同業組合	組合ホームページのリニューアルと氷屋純水サブ・ブランドの作成	2,500	20	府内の「純水」購入希望者に適切にアプローチできるように、飲食店向けのホームページを作成する。また氷屋純水サブ・ブランドを作成し、PRすることで組合員の扱う商品の魅力を高め、得意先飲食店からの継続利用を図るとともに、見込顧客の購入動機となることを狙いとする。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
59	全国氷雪販売業生活衛生同業組合連合会	氷屋純水 ブランドの浸透 衛生意識の向上 氷屋人材の強化	3,500	11・16	氷雪販売業者の継続的な発展を図るため、氷屋純水ブランドの浸透、HACCPの考え方を取り入れた衛生管理等を推進することによる組合員の衛生意識の向上、後継者難へ対応するため氷屋人材の強化に取り組む。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
60	栃木県めん類業生活衛生同業組合	新型コロナウイルス感染症の影響による業績悪化からの回復	2,506	20	新型コロナウイルスや仕入れ価格の上昇により経営環境が悪化している。これらに対応するため、専門家の協力を得てメニューの更新、宣伝を行うとともに、組合員店舗は衛生管理を徹底していることを周知することで来店者の安心感アップにつなげる。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
61	東京都麺類生活衛生同業組合	「東京のおそばやさん」認知度向上による業績回復事業	3,032	20	東京都麺類生活衛生同業組合に所属するそば・うどん店は約1,200店舗あり、それぞれが独自の味を提供することで各店舗の個性を活かしてきた。しかしながら、時代の変遷とともに、いわゆる町のおそばやさんの存在自体が知られていないことも少なくない。そこで、新型コロナウイルス感染症による影響からの業績回復を含めて消費者の方に「東京のおそばやさん」と、自家製麺・自家製つゆによる本物の味を再認識していただくとともに、リピーターになっていただくことで業績回復を目指す。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
62	富山県麺類飲食業生活衛生同業組合	顧客創造事業とそれを積極的発信することによる組合加入促進事業	2,550	14	経営者の高齢化や大手資本の同業者の台頭などで組合員数は減少の一途をたどっている。また組合員各店舗もコロナ禍の影響から、それ以前の業績に戻っていない。組合員数を増やし、会員店舗の顧客創造、リピーター定着を図るため、組合勧誘訪問、デジタルスタンプラリー等の取組を行う。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
63	石川県麺類食堂生活衛生同業組合	加盟店の情報や割引クーポンを紹介する公式LINEと公式サイトの開設	2,490	14	加盟店は現在、50名弱前後で推移しているが、最盛期に比べて1/10に激減している。また、加盟店はいずれも個人経営であり、大規模なチェーン店に比べて情報発信力が低く、新規顧客の取り込みや、リピーターの確保に課題があるため、組合の共同公式LINEと公式サイトを開設する。	C	計画通り事業成果が上がらなかった事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
64	全国麺類生活衛生同業組合連合会	青年会組織と連携した円滑な事業承継に関する研修事業	7,703	11	事業承継については大変重要かつ喫緊の課題であるが、自営店主が多い当連合会組合員にとって、定年もなく自ら判断するしかない事業承継については自身が通常通り経営できている時には、それほど深刻に考えていない場合が多い。また、事業を承継される側についても準備が不足していることも多く、急きよ事業承継をしなければならない場合には混乱することも多い。そのため、円滑な事業承継について、事業を承継する側、承継される側双方にとって様々な知識が必要となるため、本事業を通じてその知識等を身につける。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果指標の根拠となる資料を成果報告書に記載、添付するとより良いと考える。
65	青森県食肉生活衛生同業組合	食肉販売業者への食肉衛生管理の維持向上事業	2,088	4	「食品衛生法」の改正法案が可決され、令和2年の6月から食品を扱う全事業者に対してHACCPによる衛生管理の義務化が開始された。食肉販売業者がHACCPの導入を進めるにあたり、正しい衛生管理の情報提供を行い、HACCPに沿った衛生管理を行うこと、そして一般消費者に対し、家庭でできる食中毒予防等健康危機の未然防止情報を普及すること等、食肉販売業者と一般消費者に正しい知識を提供することで、連携した食肉の安全性の確保・衛生管理の維持向上を図る。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。

■令和4年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

事業番号	事業計画者名	事業名	計画額(千円)	課題番号	概要	審議結果	総評
66	福島県食肉生活衛生同業組合	ふくしま食肉復興支援事業	1,979	19	依然として震災より後継者が避難先から戻らない(戻れない)、現経営者の高齢化等に伴う食肉販売店の廃業、事業の縮小が続いている。若手経営者も奮闘し商品開発や販路拡大に努め業界の復興に奮闘しているが、震災以前より地域のコミュニティ形成を担っていた生衛業の廃業は復興の妨げとなっている。地域の実情を考慮し県内の食肉専門店としてのブランド力を上げ、被災生衛業の収益力向上を図る。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。販売店アンケートの回収率を示すとより良いと考える。
67	神奈川県食肉生活衛生同業組合	食肉の衛生管理等知識の普及・啓発事業	1,926	4	新型コロナウイルスにより家庭での食事が増え、消費者は食品への安全性、健康への影響や栄養などの知識への関心が非常に高まっている。また O-157 やノロウイルスによる食中毒への関心も高い。食肉の的確な情報や感染病原菌の正確な知識をリーフレット、講習会、イベント等を通して啓発する。また食肉販売業者が消費者に安心安全な食肉を提供できるよう、講習会を開催する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
68	山梨県食肉生活衛生同業組合	食肉の安全性確保(衛生管理)及び健康情報提供事業	1,999	4	消費者を対象とした講習会や情報資料により、消費者が家庭でできる食中毒予防等の健康危機の未然防止の情報を普及し、併せて食肉の栄養情報も提供する。また、食肉販売業者は直接消費者へ食肉の正しい知識の普及啓発を行うことが可能であるため、衛生管理の取扱い等を研修を行い、そこで得た知識を消費者へ還元する事で消費者にも食肉販売業者も理解醸成を図る。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
69	京都府食肉生活衛生同業組合	プラスチックごみの問題をみんなで考えるきっかけに	2,053	5	国連サミットで SDGs が採択されて以来、日本でも「食」にまつわるサステナビリティが語られる機会が増えた。食肉販売業の現場で多く使い捨て使用となっているプラスチック製品として、肉の量り売り、ストックのために、毎日大量に使用するプラスチック製の袋が挙げられる。グリーンプラ製品の普及啓発活動を行い、環境問題解決のためにできることを考えるきっかけを作る。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
70	徳島県食肉生活衛生同業組合	食肉の安心・安全・栄養等の情報普及啓発事業	2,018	4	毎日の生活に欠かすことのできない食生活は極めて重要であり、消費者の方にとって食品の安全性について高い関心を持っている。また、組合では組合員店舗の巡回指導を行うことにより、HACCP の導入や食品衛生法など法令遵守に努めているが、食中毒は依然として発生している。そこで消費者に対して食肉の正しい衛生管理・栄養の情報提供を行い、家庭でできる食中毒の予防法を講習会等で、分かりやすく情報を還元する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
71	宮崎県食肉生活衛生同業組合	食肉の衛生管理水準の向上及び栄養等情報の提供事業	2,014	4	消費者の食に対する「安全・安心」の関心が高くなっている現在、食肉販売業者は HACCP に沿った衛生管理の徹底に努めておりますが、食中毒の発生は収まることがない。そこで食肉の正しい知識・情報を消費者に提供し家庭での食中毒を未然に防ぎ、衛生管理の維持向上、食肉の栄養情報を提供する。情報を提供することにより、食肉について正しい知識の理解を深め消費者の擁護と食肉販売業者の振興を図る。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
72	全国食肉生活衛生同業組合 連合会	食肉の衛生管理等情報提供普及事業	10,415	12	食品販売事業者等に対し、HACCP の考え方を取り入れた衛生管理の実施について情報提供の周知徹底をすることで、食肉の安全性の確保及び衛生管理の維持に、向上を図る。また、プラスチックゴミ削減のための取組を行う。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
73	岐阜県飲食生活衛生同業組合	組合員店舗HP情報の最新化と消費者への正しい情報提供及び、顧客獲得の拡大	2,475		コロナ禍における外食機会の減少により飲食店は経営苦境に悩まされている。また従来から組合が取り組んでいるSNSについて、その内容を新しい情報に修正した上で活用し、お店アピールすることで飲食店のコロナ禍以前への業績回復を目指す。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
74	静岡県飲食生活衛生同業組合	ウィズ・コロナ時代の新しい中小飲食店の店舗経営事業	2,974		新型コロナウイルス感染症により飲食店は営業収益の減少等の影響を受けた。感染症対策を定めた「外食業の事業継続のためのガイドライン」について、組合組織を活用し飲食店営業における対処方法を普及させるため、わかりやすいガイドブックを作成し、県下組合員に配布、周知する。また県内においてセミナーを開催する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果指標の根拠となる資料を成果報告書に記載、添付するとより良いと考える。
75	広島県飲食生活衛生同業組合	サービスの生産性の向上(飲食店営業の取組む SDGs)	2,105	6	中小飲食店営業に特化した SDGs ガイドラインの作成、周知を行うことにより、食品ロスの削減やプラスチックごみの削減等に取組む。また、組合が実施する環境への取組みが組合の存在価値を高め、同時に非組合員に対しても積極的に周知を図ることにより、組合加入促進を目指す。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
76	愛媛県飲料生活衛生同業組合	組合の組織強化(加入促進)	1,590	14	新型コロナウイルス感染症の影響により飲食店利用は低迷した状況が続いている。組合ホームページやスマートフォンに掲載する「エヒメグルメガイド」を消費者や観光客目線でのサイトにリニューアルし、各 SNS と連動して各支部・各組合員への情報発信強化を図り、組合への加入促進用のパンフレットをより分かりやすく特色あるものに改修する。	C	計画通り事業成果が上がらなかった事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。

■令和4年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

事業番号	事業計画者名	事業名	計画額(千円)	課題番号	概要	審議結果	総評
77	熊本県飲食業生活衛生同業組合	熊本県飲食店組合PR強化事業	2,636		熊本地震から間もなく新型コロナウイルス感染症、続く人吉豪雨被害と厳しい経営環境の中において、飲食店の廃業、組合の退会が増加している。また当組合にはホームページがないため、必要な情報発信がままならない状況にある。本事業は組合ホームページを新規開設し、組合員・一般消費者等に向けて、加盟店情報を含む県内様々な食文化等を広く発信することにより、県内飲食店の経営状況改善を図ることを目的とする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。事業の目的である「経営状況の改善」にどのような成果・効果があったのか示すとより良いと考える。
78	沖縄県飲食業生活衛生同業組合	サービスの生産性の向上(飲食店営業の取組むSDGs)	1,994	6	中小飲食店営業に特化したSDGsガイドラインを作成、周知し、メニュー開発や持ち帰り(ドギーバック)容器の開発等に積極的な取組を行う。また組合が実施する環境への取組みが、組合の存在価値を高め、同時に非組合員に対しても積極的に周知を図ることにより、組合の加入促進を目指す。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
79	全国飲食業生活衛生同業組合連合会	健康危機未然防止のための衛生規制の遵守への対応事業(新型コロナウイルス感染拡大防止のための中小飲食店へのマスク配布支援事業)	9,900	12	新型コロナウイルス感染症拡大による国内の飲食店営業の経営環境は原油価格高騰による原材料費の仕入れ価格の増加から引き続き極度の営業収益、雇用に影響を及ぼしている。感染症対策を定めた「外食業の事業継続のためのガイドライン」を普及させる。またマスクを組合員に対して配布し、これらを通じ飲食業者としての感染拡大防止対策を講じるとともに、顧客に対してもマスク会食の徹底に努めるものとする。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
80	北海道鮭商生活衛生同業組合	若手職人の育成を目指す『寺子屋ワークショップ事業』<前編>と、存続が危ぶまれる北海道の食文化『蝦夷前寿しPR事業』<続編I>	2,023	16	コロナ禍において、鮭職人候補である若手従業員の離職が後を絶たないことから、若手従業員のモチベーションを向上させ、早期に戦力とするための育成政策「寺子屋ワークショップ」を行う。また、併せて蝦夷前寿しPR事業を行い消費の拡大を図る。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
81	岩手県すし業生活衛生同業組合	組合の組織強化(加入促進)・活性化推進事業～新たなメニュー開発、SNS等を活用した情報発信に努めます～	1,997	14	当組合の組合員数は昭和57年をピークに年々減少している。また、東日本大震災、新型コロナウイルス感染症等の影響により顧客が減少している。岩手県のすし業の振興を図るため、組合組織強化の取組を行うとともに、若者世代のすし屋離れを防ぐためSNS等を活用して情報発信を行う。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。当初の計画が達成できなかった点については要因を分析するとより良いと考える。
82	茨城県すし商生活衛生同業組合	ひたちのくに極(きわめ)すし物語【故きを温ねて新しきを知る】	2,000	16・20	新型コロナウイルスの影響により、当組合加盟店は非常に厳しい状況に陥っており、コロナ以前まで売上を回復するためには相当な時間と努力が必要になる。このような状況において、すし専門店特有の落ち着いた空間でのサービス提供を深化させ、安価で分かりやすい価格設定に配慮し、利用者の定着・拡大を図ることを目指し、商品の開発、販売促進活動等を行う。	C	計画通り事業成果が上がりなかった事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
83	静岡県鮭商生活衛生同業組合	組合のデジタル化を推進し静岡の寿司を発信	2,000	16・20	リモートワーク等、新型コロナウイルス感染症の影響による生活スタイルの変化に伴い、顧客の情報利用やニーズが変化してきている。寿司業界においても今まで異常にデジタル化された情報の収集と発信に力を入れて集客能力の向上を目指す。さらに「静岡ちらし」、「静岡にぎり」や県内の優れた特産品、観光資源をPRする。新しい情報を組合のHPに反映させることで静岡の食の安心、安全を発信していく。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
84	愛知県すし商生活衛生同業組合	デリバリー・テイクアウト強化事業	1,955	6	新型コロナウイルスの感染拡大に伴う顧客の外出自粛や営業時間の短縮要請等により、店舗内での飲食の売上げが減少している。店舗内での飲食は密集・密接などの新しい生活様式の普及に伴い敬遠される傾向にあることから、短時間で商品の受け渡しをするテイクアウトや自宅等での受け取りを行うデリバリーの強化をすることで売上の維持・向上を図る。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
85	岡山県鮭商生活衛生同業組合	デジタル技術に対応して顧客開拓推進事業	2,000	16	”ウィズコロナ”時代に即した事業継続を行っていくため、組合員のデジタル技術の向上(電子決済・SNS活用等)を促進し、『おかやまの鮭店』の存在を身近に感じてもらうとともに、組合事業として広報活動を行うことで組合の求心力向上と組合員個々の競争力向上を目指す。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
86	山口県すし商生活衛生同業組合	出前・持ち帰り強化事業	2,000	20	新型コロナウイルス感染症の感染拡大による自粛や営業時間短縮要請により組合加盟店の売上げが大幅に減少している。国や自治体からの補助金は一時的な機器開始であるため、出前や持ち帰りを強化することにより継続的な売上回復につなげる。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果指標の根拠となる資料を成果報告書に記載、添付するとより良いと考える。
87	全国すし商生活衛生課同業組合連合会	健康機器未然防止のための衛生規制遵守への対応	5,747	12	平成31年度に政策した「すし店のHACCP制度導入の手引き」を基に、計画表や管理表等をPCやスマートフォンで利用可能にし、HACCPに取り組みやすい環境を整えることで、組合員店におけるHACCP制度の取組を促進する。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。

■令和4年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価＜組合・連合会＞

事業番号	事業計画者名	事業名	計画額(千円)	課題番号	概要	審議結果	総評
88	東京都食鳥肉販売業生活衛生同業組合	消費者への鶏肉の知識の普及と消費拡大の促進	1,800	4	消費者を対象に鶏肉に関する情報を提供することで、鶏肉の安全な取り扱いや栄養価など利用価値の高さを知ってもらい、同時に食鳥肉専門店の価値を認識してもらう。また、組合の存在とその活動内容を情報提供し、組合活動のさらなる活性化につなげる。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果目標の売上増について具体的な数値による成果を示すとより良いと考える。
89	愛知県食鳥肉販売業生活衛生同業組合	エコバッグ使用に関する衛生講習	1,800	5	レジ袋有料化に伴いエコバッグの使用が浸透したが、生の鶏肉を販売している組合員店舗の顧客においてもエコバッグを消毒洗浄するといった管理まではほとんど行っていないのが現状で、衛生面での意識が低い。食中毒事故防止のため、生鮮鶏肉を入れることの多いエコバッグを使用し続けると、どの程度細菌により汚染されているかを示し、日常的な衛生管理方法を認知・実行できるよう販売事業者および一般消費者向けの講習会を開催する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
90	全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会	消費者への鶏肉の知識普及促進	5,500	4	鶏肉についての正しい認識や食中毒防止のための取扱いの浸透にあたって、継続的にパンフレットやポスター等を作成し、料理講習会など色々なイベントで配布して啓発を行うことが重要である。店頭での鶏肉販売を通じ、接客時の対応やパンフレット等の配布での対応に加え、ホームページなど電子媒体を充実させることで、情報の広がり、衛生向上の成果を高める。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
91	京都府喫茶飲食生活衛生同業組合	組合の組織強化(加入促進・基盤強化事業)	2,706	14	全盛期は約1000人ほどだった組合構成員は、現在は約250人ほどに減少し、高齢化や、コロナ禍における今後の脱退の増加懸念など、組織力低下の問題点が顕在化している。ホームページを再度見直し、時代の流れに沿った価値付けをすべくリニューアルする。また、組合が開催する講習会やイベントの事業形態の価値に対して、還元されるべき付加価値やその後の業務改善や価値に納得してもらえる企画が必要である。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
92	大阪府喫茶飲食生活衛生同業組合	生衛業の専門性を活かした顧客づくりの推進	2,112	16	コーヒーの健康効果が、様々な研究機関から発表されている。健康志向の顧客を開拓するため、コーヒーの健康効果の啓蒙活動を行い、健康効果を増進するメニューを開発し、顧客の増加と売上・利益の増加を図る。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果の根拠を示すとより良いと考える。
93	岡山県喫茶飲食生活衛生同業組合	互助意識向上 & 組織強化事業	2,267	21	新型コロナウイルス感染症の影響により急速なスピードで飲食業界を取り巻く環境が変化している。この急激な経営環境の変化により、感染症防止対策等、個々の事業者では適切な対応が難しい事案が出ている。組合を中心に、これらの社会情勢の変化に対応するため勉強会やセミナーを開催する。また勉強会等の開催には他組合、関連団体の事業者等と協力する。組合員外にも呼び掛け、新規組合員の加入促進や組合間の連携を図る。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
94	全国喫茶飲食生活衛生同業組合連合会	障害者差別解消法に基づく取組の推進	7,544	9	事業者及び従業員が「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律」(一部改正を含めて)について学び、障害者を含めた来店顧客の満足度を高める。また、「ウィズコロナ、ポストコロナ時代の生産性向上に向けた取組みのヒント」により、営業内容の見直し、改善等を行い売り上げ回復、収益力向上に努める。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果指標の根拠となる資料を成果報告書に記載、添付するとより良いと考える。
95	岩手県中華料理生活衛生同業組合	私たち、やれば出来るんです！ ～新ジャンルへの挑戦「新しい出会いを求めて」～	2,644	4・16・20	岩手県中華料理生活衛生同業組合ホームページを立ち上げ、組合と加盟店のことをより多くの人に認知してもらうことにより、各店舗の増収増客へとつなげる。また、ホームページを通して組合員に対し情報発信をすることにより、迅速に情報伝達が出来き、より早く各店舗が対策や改善等を実施することが出来る。ホームページ開設により、組合員の増収増客と新規組合員加入促進を図る。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
96	埼玉県中華料理生活衛生同業組合	アフターコロナに向けた誘客戦略とデジタル化	2,000	20	PCユーザーからスマホユーザーへの移行が進む中、スマホに対応することで、閲覧者(消費者)が知りたい店の情報がすぐにみられる。HPは持っているが更新もままならない個人店にとって、テイクアウト・キャッシュレス決済・駐車場の有無)等の有用な情報提供が可能となる。また、ペーパーレス化を狙ったサイトの整備を図るだけでなく、QRコードを載せた店内設置の三角ポップを置き、サイトにアクセスしやすくする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果指標の根拠となる資料を成果報告書に記載、添付するとより良いと考える。
97	東京都中華料理生活衛生同業組合	からだに優しい中華料理の開発・発信・普及事業	2,558	16	料理講習会の開催により組合員の料理技術を向上させ、からだに優しい中華料理の魅力を更に高める。また、組合員店舗の魅力を広く発信することにより、「町中華」ブームの風をうまくとらえ、組合員店舗の販売促進に結びつける。この二つの軸の相乗効果により業界を活性化することを目的とする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。事業の目的であった組合員店舗の販売促進についても成果を把握するとより良いと考える。
98	富山県中華料理生活衛生同業組合	コロナ禍における業績悪化からの回復及びHACCP制度への対応	2,000	12・20	組合員数の減少が進む中、昨年度は、5店舗の新規加入があった。新型コロナウイルス感染症により業績が悪化している店舗への更なる支援として、新たに加入した組合員を加えたHP及び組合員店舗掲載冊子を作成する。また、各店舗において、中華の日に組合のPRを記載した除菌ウエットティッシュを配布し、中華の日のPR及び感染予防店のアピールを行う。また、HACCPの講習会及び記録用紙を作成、組合員店舗に配布し、HACCP制度への促進を行う。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。

■令和4年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

事業番号	事業計画者名	事業名	計画額(千円)	課題番号	概要	審議結果	総評
99	京都府中華料理生活衛生同業組合	組合の組織強化(加入促進)	1,990	14	時代の流れ、消費者の行動の変化により飲食業の存在感も薄れ、3年にわたるコロナ禍による、後継者難・高齢化・売上減少により、廃業に追い込まれるケースがある。また組合加入者の減少により組合の財政が悪化している。このため組合員獲得のための加入促進事業を実施する。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
100	大阪府中華料理業生活衛生同業組合	人材育成及び自己啓発の推進と組合の組織強化	334	10・14	組合傘下の店舗ではコロナ禍の影響で顧客数が大きく減少している。経営状態改善の為、継続事業として実施している「料理講習会」を引き続き行い、新たなメニューを取り入れ、顧客づくりに結びつけ売り上げの回復を目指す。また、組合員の減少を止めるべく、組合加入勧奨を継続事業として行う。	C	計画通り事業成果が上がりなかった事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
101	香川県中華料理生活衛生同業組合	讃岐餃子の認知度向上による組合全体の売上増加と組合への新規加入の促進	1,990	14・16	収束の見えないコロナ禍や格安の無人冷凍餃子販売店の流行等による向かい風により、飲食店の運営が厳しい状態である。そこで、香川県の新ブランドに定着しつつある「讃岐餃子」を中心に、改めて組合店舗・組合の活動をPRすることで、組合店舗全体の知名度アップと売上増加を目指す。また香川県民以外にも様々な方法でPR活動を行うことで、全国的な知名度アップも目標とする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果把握を工夫して行うとより良いと考える。
102	全国中華料理生活衛生同業組合連合会	専門性を生かした顧客づくりの推進及び人材育成と自己啓発の推進	6,140	10・16	新型コロナウイルス感染症の影響により、売上げが大幅減になっている現状を踏まえ、これまでと異なる経営手法の模索は必須で、テイクアウトや出前をはじめとした営業手法の取得を目的としたセミナーに主眼を置く。また、組合員の高齢化が進む中、次世代を担う若手経営者の育成は重要課題であり、セミナーの開催で知識の向上と共有を図る。さらに、組合員の減少が進む中、各組合の収入も大幅に減少しており、販売による収入確保を目的とした商品開発の要望も寄せられているため、メーカーも交えた開発会議を開催する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
103	宮城県社交飲食業生活衛生同業組合	沿岸部支部組織強化による復興支援事業	2,859	19	シニア層の組合員向け、ITリテラシーの底上げのための研修内容としながら、新規顧客呼び込みのための広報力向上などについて学び、組合全体での「#写真コンテスト」等を実施し、話題性や賑わいが生み出せることを体感することで、よりIT化の推進につなげる。また、前年度誕生した、組合員及びその従業員等向けの「感染対策アドバイザー(飲食店版)」資格のオンライン研修も実施回数を増やし、被災した沿岸部支部に積極的に受講いただき、感染対策に強い組織・店舗として感染対策の正しい知識を持って営業に向かえることで、地域経済に貢献し、復興支援につなげる。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
104	福島県社交飲食業生活衛生同業組合	支部活性化の育成指導事業	2,500	19	時短営業・休業してた組合員店舗が平常営業に戻しても従来の客足がなく、廃業を検討する事業者もいる。各支部組合員店に、飲食に来て貰うことが事業者への励ましとなるため、集客のための事業を計画するとともに、事業で組合加入の新規加入者へのアピールを図る。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
105	群馬県社交飲食業生活衛生同業組合	組合の組織強化(加入促進)	2,300	14	利用しやすいHPを作成し、消費者または利用者への情報提供の推進及び新規組合員の加入促進を目的とする。情報提供ツールを作成することで組合員の営業活動をバックアップし、本組合の認知度を向上させることで、新規組合員数の増加を狙い、さらなる組織強化・活性化を目標とする。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果指標の根拠となる資料を成果報告書に記載、添付するとより良いと考える。
106	埼玉県社交飲食業生活衛生同業組合	新規組合員の加入促進活動・組合員へのデジタルマーケティング活動	1,700	14	コロナ禍で対面での加入説明や活動が難しくなった。さらに、夏以降に事業継続が難しい組合員が増加することを見込み、組合での対策や活動報告・新規加入者の促進を行うには、HPの作成、SNSを駆使した活動(デジタルマーケティング活動)が必要となる。また、組合を更に活性化して行く上で、若い経営者の加入に力を入れる。	C	計画通り事業成果が上がりなかった事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
107	新潟県社交飲食業生活衛生同業組合	若手組合員育成・支援による組合組織の強化活性化事業	2,400	14	若手組合員・非組合員等を対象に、コロナ禍における経営支援のためのセミナーや集客イベント等を開催し、コロナ禍の影響による業績悪化の回復を支援し、組合活動を体感してもらうことにより、組合活動の意義の理解の促進や新規加入を進める。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
108	富山県社交飲食生活衛生同業組合	組合の組織強化(加入促進)	2,300	14	組合のホームページを新たに開設し、組合の概況、組合活動の内容等に関する情報発信を通じて存在意義を広く周知する。また組合員の店舗を紹介することにより組合員の店舗広告・宣伝を支援し、経営の向上と安定を促進すると共に組合加入(勧誘活動)、地域拡大(支部の新設)を展開し、組織強化を図る。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
109	徳島県社交飲食生活衛生同業組合	社交飲食生活衛生同業組合 優良店認定講習会及び組合拡大事業	1,800	14	社交飲食業界が現在抱えている課題は、山積しており、それら一つ一つを解決していくこと、また業界発展の為、再構築に取り組む必要がある。本事業では、組織拡大と強化、安全安心な繁華街を目指し反社会的勢力の排除、顧客との信頼関係を構築する明確な料金表示の徹底を特に重点課題として、解決に向けた徳島県独自の制度創設(優良店認定協議会)や必須講習会開催の実施を行う。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果をもう少し詳細に把握するとより良いと考える。

■令和4年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

事業番号	事業計画者名	事業名	計画額(千円)	課題番号	概要	審議結果	総評
110	熊本県社交飲食業生活衛生同業組合	組合の組織強化(加入促進)	1,500	14	熊本地震、人吉球磨の集中豪雨等災害、新型コロナウイルス感染症により飲食業界をはじめとした地域経済は大きな打撃を受け、個人消費も伸び悩んでいる。現下の経営環境の下、当組合は、廃業等により組合員の減少が続いており厳しい状況にある。このような喫緊の課題に対処するため、新規の組合員を増やし、組織強化することを目指し、併せて中心市街地の活性化を図る。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
111	鹿児島県社交飲食業生活衛生同業組合	コロナ対策の勉強会事業と組合ホームページ作成事業	2,000	14	新型コロナウイルス感染症により厳しい状況となっている各組合員の事業継続・天文館の活性化のため、感染対策等をHPに記載し、顧客への安心安全に繋がるようにする。組合員に分かりやすい勉強会を開催し、参加できなかった組合員もホームページを通じて学べるように情報発信を行う。またHPにおいて、組合活動や組合員店舗の情報発信をし、組合に加入していることの利点を増やし、組合員を増やすことにつなげる。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。当初の計画が達成できなかった点については要因を分析するとより良いと考える。
112	全国社交飲食業生活衛生同業組合連合会	次世代を担う若手人材育成及び基盤強化による組織拡大強化事業	9,900	14	R4年度はコロナ禍による組織の弱体化が想定されるなか、全社連としては各都道府県の組合員の拡大強化に最大限の力を注ぐ為、特別チームを編成し、各組合へ出向き、組織の拡大強化・増強に最大限の助力を行う事が必要と考える。また、各都道府県組合において加入促進に関わっている若手組合員の育成のための研修会を実施する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果指標の根拠となる資料を成果報告書に記載、添付するとより良いと考える。
113	東京都料理生活衛生同業組合	①「農+福+店の連携による流通の構築事業」	2,949	10・11	お客様に受け入れられ、成長できる店舗にするにはどうしたら良いか等、多くの飲食店が悩みを抱えている。これらの状況を踏まえつつ、社会を構成する業界の一つとして社会的な役割を果たしながら今後の飲食業の発展を推進していくことが重要である。そこで、社会福祉法人が営む農園で就労する障がい者が、育成・生産した農作物を組合加盟店が食材として使用する取組を行う。そして、この流通の仕組みが障がい者の就労活動支援に繋がる意義について紹介するなど消費者にもこの取組みを認知してもらい、料理店と産地の新たな取組を応援してもらうネットワークの構築する。	A	先進的モデル事業として評価できる事業である。
114	東京都料理生活衛生同業組合	②『コロナ禍及びアフターコロナ対策』(東京都料理生活衛生同業組合ポータルサイト『外食時間』ブラッシュアップ事業)	3,492	20	新型コロナウイルス感染症により多くの飲食店は多大な影響を受けた。SNSや組合加盟店のショートムービーを制作することにより、飲食店の「今」を消費者に分かりやすく発信し、業界維持及び活性を目指す。また、3年近く続いた自粛営業等の影響で、生産物製造物の流通が大幅に減少してしまっている。飲食店側のサイド、生産者製造者サイドの両方向のタイムリーな情報を集約して情報を発信することで、一般消費者の関心を引き、支援流通を活性させる流れを構築する。	C	計画通り事業成果が上がらなかった事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
115	岐阜県料理生活衛生同業組合	HACCPシステム導入に向けて、IT活用による効率化向上と収益力向上事業(DXに取り組みHACCP導入を効果的に進める)	1,937	21	岐阜県料理生活衛生同業組合では積極的にHACCP導入を推進しており、アプリを活用する事で記録などのハードルは下がったが、人材不足等の課題が指摘されており、HACCP業務の簡素化・業務改善に取り組むことが急務である。多くの日本料理組合加盟店がHACCPシステムの導入について多大な労力を必要とせず、また抵抗なく進められる様、デジタル技術を活用する事で生産性向上に取り組む。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
116	全国料理業生活衛生同業組合連合会	郷土料理と生きる 一見で、来て、味わって(九州・沖縄編)	7,686	4・6	元来、日本の各地にはそれぞれの気候風土が有り、そこで暮らす人々の生活文化が培われ、それと共に食文化も地域の特色が色濃く反映されてきた。本事業においては、神事や祭事をはじめそれら地域の生活文化を起点とした郷土料理軸に、それに関わる料理人、生産者などを取り上げ、郷土料理の中に登場する「食」と「職」を分かり易く冊子にまとめる。加えて映像を用いた解説を発信することで次世代を担う若年層への訴求を目指す。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
117	全国生活衛生営業指導センター	・指導・研修事業 ・消費者対応事業 ・情報ネットワーク事業 ・経営安定化事業 ・生活衛生関係営業経営基盤強化事業 ・衛生水準確保・振興調査研究事業	363,881	-	全国生活衛生同業組合連合会及び都道府県生活衛生営業指導センターの経営指導体制の基盤強化を図り、生衛業の衛生水準の維持向上及び利用者又は消費者の利益擁護に繋がる生活衛生関係営業全般の健全な発展に資する。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
118	全国理容生活衛生同業組合連合会	理容と社会を結ぶ活性化事業	5,000	4	理容連合会キャラクター「チョキちゃん」のファミリーキャラクターを公募し、利用者に親しみやすい理容サロンをアピールする。また、ホームページ等の全面改正を進め、若者の興味の湧く内容にすることで後継者づくりにつなげる。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
119	全日本美容業生活衛生同業組合連合会	組織加入(組合加入促進)におけるデジタル化普及推進事業	2,841	14	組合加入者の減少を食い止め加入者の増加を図ることは喫緊の課題となっている。こうした状況に対応するため、デジタル技術を活用した組合加入促進の具体策をとりまとめ、この取りまとめた具体策を各都道府県美容組合から2名ずつの担当役員を招集して説明会を開催する。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
120	宮城県すし商生活衛生同業組合	1. すし業の専門性を活かした顧客づくりの推進事業	1,422	16	本事業ではすし店の売上回復、すしへ関心を持ってもらうことを目的とする。地酒と魚介類を美味しく召し上がっていただくための動画や、季節に合わせた動画をHPやYoutubeで動画を掲載し、情報を発信する。	C	事業成果について一部把握ができない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。

■令和4年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

事業番号	事業計画者名	事業名	計画額(千円)	課題番号	概要	審議結果	総評
121	鹿児島県すし商生活衛生同業組合	後継者の育成、経営再編支援事業	1,468	11	鹿児島県のすし業界の未来を担う若手経営者を育て、若い職人を育成する。独立・開業を含む若手職人向けの講習会を開催し、後継人材の育成を図ることを目的とする。また、組合員を対象に、専門家による経営の在り方及び人材の能力活用の意味・意義を伝える講習会を実施し、経営の健全化を図ることを目的とする。	C	事業成果、効果の提示が一部不足した事業である。今後は成果の詳細と根拠を成果報告書に記載、添付し効果の根拠を示されるとより良いと考える。
122	岐阜県喫茶飲食生活衛生同業組合	喫茶店は地域のコミュニティスペース。高齢者に優しい連携事業	600		地域のコミュニティスペースとなっている喫茶店を活用し、認知症予備軍の発病予防や身体障害を持つ方々の病状進行や悪化等を杭とどめる役割を果たす等、高齢者社会を支える取組を行う。また、喫茶店にとってもランチ時間以外のアフタヌーンタイムの稼働拡大の切り口になる。	A	先進的モデル事業として評価できる事業である。
123	岐阜県中華飲食業生活衛生同業組合	食品衛生講習会での生活衛生法活用メリットを取り入れて、新規組合加入者を増やそう	500		生活衛生同業組合活動推進月間に加え、当該年度末まで事業期間を延ばし、組合加入者数を増やす取組を行う。食品衛生責任者再講習会において、組合員が活用できる支援策を説明する。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
124	香川県中華料理生活衛生同業組合	香川のご当地グルメ「讃岐餃子PR」ポスター制作	379	14・16	「讃岐餃子」は、様々な広報活動・キャンペーン展開により香川県民に広く知られることとなったが、さらにPRすることで讃岐餃子の全国展開への足掛けとする。また組合員のみが販売できるという利点も生かした、組合員の新規加入を目指す。	C	事業成果の把握が適切に行われていない事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。
125	北海道社交飲食生活衛生同業組合	釧路地区本部管轄地域内における新支部設立への取組と組合拡大事業	1,560	14	これまで組合組織の無い地域に新しく組合を設立することにより、迅速な情報提供、加盟店の経営基盤の安定、公衆衛生の啓発等に繋がると考える。また、小規模の資金の中で運営を余儀なくされている既存組合に、広報ツール(組合加入への利点、取組の紹介)等の作成を積極的に促し組合員拡大につなげる。	B	概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。
126	岩手県社交飲食生活衛生同業組合	組合加入促進事業	11,103	14	新型コロナウイルス感染症の影響により、組合加盟店も厳しい状況を強いられている。そのような中で、主に政策金融公庫による特別貸付や各補助金制度、新型コロナウイルス感染対策の相談がきっかけで、組合へ加入する店舗が多くあった。あらためて同業者が寄り添える団体として、社交飲食業組合の存在が必要とされており、県内の組合未加入店への周知を含む加入の促進を進める。	C	計画通り事業成果が上がらなかった事業である。事業目的に関する事業成果が得られなかった理由・原因をしっかりと検証することが重要である。