

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
1	全国理容生活衛生同業組合連合会	子ども層の需要喚起と後継者の創出	9,000	幼児から高校生を対象とした理容業体験型事業については、開催の周知が短期間であったことや、夏休み期間中の平日開催が多かったことにより、参加数が当初計画の5分の1という結果となったものの保護者も取り込んだ形で取組を進めることにより、その目的である将来の顧客へのアプローチとしての子ども層の需要開拓に一定の前進がみられた事業であり評価できる。	理容師を対象としたアンケートにおいて、約半数が子ども客層の拡大を積極的に考えていると言えるが、逆に言えば残りの半数が、子ども層の需要開拓の重要性を十分に理解できていないと考えられる。事業の継続により子ども層と家族を獲得するため、事業を行った後のフォローが重要である。この事業を通常の営業にどのように結びつけるかの工夫として、例えば、「親子割引」など子どもを連れていくとお得といったサービスの検討等が必要である。
2	茨城県理容生活衛生同業組合	子ども層の需要喚起事業～キッズプロジェクト茨城～	1,600	子ども向けのロゴ、キャラクターの作成・配布は、一見地味に見えるが確実に地域の子どもの理容業への認知度の向上等が図れるものであり、一定の効果があったと考ええる。また、地域理容店1,800店が地域の子どもの見守り活動に参加する体制整備を行ったことは、高く評価できる。	事業が目指しているのは、子ども利用客層の拡大であり、そのためには、何かの取り組みを展開する、その後お店の子ども利用客数の実態を把握し、展開した取組の効果が上がっているのか確認するといったPDCAサイクルを行うことが重要である。また、ただ単にPRするのではなく、子どもたちやその保護者が「理容店に行こう（行かせよう）」と思えるようなサービス内容を検討することが必要である。
3	奈良県理容生活衛生同業組合	既存メリットの周知および新たなメリットの提示拡大による組合の組織強化（加入促進）に資する事業	1,600	組合員に対し、訪問福祉理容講習会、組織強化対策講習会、税務講習会等の様々な講習会の実施等により、組合脱退者を前年比で大きく抑制するなど、一定の所期目標を達成できていると評価できる。	組合員外店訪問など地道な活動の効果も認められており、継続して組合強化の活動を行うべきと考える。本事業の結果からは、組合として組合員に対して様々なテーマの講習会等の機会を提供していくことが、組合活動の理解に繋がり、以って組合脱退の抑制につながる事が分かるので、今後は、組合員が求めるテーマ・ニーズの現状把握に努め、自主的な取組の中での展開が必要である。
4	島根県理容生活衛生同業組合	シニア層の需要を喚起するサービスやメニューの開発・普及事業	1,600	高齢者をターゲットに絞ったプロジェクトであり、地域高齢者を対象とするアンケート調査の実施により、高齢者のニーズ把握ができたことは、今後の組合事業の検討にあたっての貴重な材料となると考える。また、消費者対象のアンケート結果をもとに、店頭掲示ツールを作成する等、柔軟に対応した点も評価できる。	アンケート結果において、訪問理容については「必要があれば利用したい」との回答が中心となっている。これは、あくまでも「必要があれば」であり、今後の訪問理容サービスの拡大にあたっては、どこにサービスを希望する者がいるのかをどのように捕捉していくのか、といった考え方も必要である。マッサージ系ヘッドスパの講習会はとても良い着眼点であり、事業の継続で何をすべきか課題も見えてきているようなので、今後の進展に期待する。
5	全日本美容業生活衛生同業組合連合会	まつ毛エクステンション指導者の養成事業	9,000	まつ毛エクステンション施術の安全性確保のため講習会の実質を挙げる観点から、補講を行うなどの取り組みの積極性が認められる。本事業を通じて都道府県の地域における指導者を45名育成できたことは、今後の美容業界のまつ毛エクステンションに対する取り組みを進めていくための大きな一歩であるものと評価できる。	指導講師の認定を厳正に行っていることで認定証の価値が確かなものとなっている。また、現在は指導者養成の段階であるが、安全性確保のためにも指導者の育成には時間がかかると考える。また、実際に美容店のメニューとするまでは、相当期間の修練も必要とされる技術であることから、都道府県組合と連携した継続的な技術習得の取組が必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
6	福島県美容業生活衛生同業組合	組織加入促進及び脱退者防止事業	1,266	組合未加入者のところまで出向いての活動は地道で大変だが、近年60～80名の組合脱退者を11店舗にとどめることができ、結果、組合員数が純増に転じるなど、本事業の目的については、達成したものと評価できる。また、組合パンフレットの配付にあって、実際に組合を体験してもらうため、青年部フォーラムへの参加を促すなど、随所に組合未加入者が組合に関心を持つような工夫がなされていることも評価できる。	本事業において一定の成果を残すことができた要因としては、①明確な目標を設定したこと、②組合未加入者の目線に立ったパンフレットの作成、③地道な訪問活動の展開、といったことが複合的に作用した結果と考える。今後も、このような取組を地道に継続して取り組んでいくことが、より事業成果を拡大するものとする。
7	新潟県美容業生活衛生同業組合	従業者定着率向上及び後継者育成事業	927	従事美容師数が増加する美容業界にあって、従業員の就労条件・就労環境の整備は喫緊の課題であるなか、経営者意識改革講習会の内容は、これらの課題について経営者の意識を変革に足る内容であると評価できる。また、従業員開業セミナーにあっては、若手育成のためのカリキュラムを策定し、研修会を積極的に展開し、特に独立のための技術と経営上の対応を学習させることで、実際のマーケティングなど店舗経営に必要な知識・スキルを学ぶ内容となっていることも評価できる。	参加者をどのように集め従業者の定着率を向上させるかが重要であり、次年度以降もセミナーの効果等を広く周知し、多くの人に関心を持ってもらえるような工夫を進めるとともに、定期的に従業員の定着率を数値として把握することで実施している取組の効果を検証し、必要に応じて事業内容を見直していく「PDCA」の実践することが必要である。
8	和歌山県美容業生活衛生同業組合	組合加入促進活動展開事業（組合ホームページリニューアルに併せて組合加入促進活動）	1,556	ホームページの全面リニューアルは、予定どおりに進められ目的の機能が更新できている。また、店舗の訪問やポスティングなど様々な加入促進活動を行っていることは評価できる。	実施された事業からは、ホームページのリニューアルが中心となり、ホームページの活用から組織強化への展開があまり進んでいないと思われる。今後継続して事業を展開し、組合加入者数を増加させ、ホームページの有効活用を促進するためには、ICTセミナーへの参加者を増加させ、知識不足等の解消をし、組合員の積極的なホームページ活用ができる体制を整えることが必要である。また、ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見易さを継続的に検討することが必要である。特に組織強化については、協業先との事業展開の強化も必要である。
9	福岡県美容生活衛生同業組合	組合の組織強化（加入促進）に資する事業	1,880	実際に組合員加入数は増加しており、組織強化に対して一定の成果があったものと評価できる。組織強化事業の成功例として、他の事業者の参考とすべき事業であると考えられる。	組合組織強化については、今後、消費者へのPRが結果として組合加入に効果的な取組なのかを検証・考察すべきと考える。また、チラシ配布とフーパーマークの貼付けで目的達成にせず、実質成果をさらに上げるため消費者の「組合組織の認知」が組合員にとってどのようなメリットになるのかを整理し、組合員が理解できるよう「見える化」を進めていくことが必要である。
10	全国興行生活衛生同業組合連合会	ホームページのリニューアルによる連合会・生衛組合の情報共有強化事業	4,091	ホームページのリニューアルのために検討委員会を設置し、多くの議論を経てコンテンツの掘り下げが行われ、ホームページができあがったことは評価できる。	事業成果を確かなものとするためには、リニューアルしたホームページの活用・運用についてのスキームを明確にし、都道府県組合への徹底等を行うことが必要である。また、ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見やすさを継続的に検討することも必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
11	栃木県興行生活衛生同業組合	映画を映画館で観ようキャンペーン	2,000	事業は予定どおり実施され、当初の目標の2,000名を大幅に上回る約3,000名の来館者を確保できたことは評価できる。また、「組合推奨作品」等、見る側に対して「映画館に行こう」と思わせる工夫なども評価できる。	本事業の結果から、消費者に一定のアプローチをすることで、映画館への集客効果があることは確認されたので、今後は、組合の自主的な活動の範囲の中で、本事業のような取組を実施していく長期的な展望と合わせた事業計画を検討していくことが必要である。
12	東京都興行生活衛生同業組合	興行場における接客向上・悪質クレーマー対応に関する講習会事業	595	現場における苦情・クレームの実態把握を行ったうえで講習会を開催することで、より実践的な講習内容となっていることは評価できる。個人では対応に苦慮する問題に関して組合が積極的に情報を提供するのは大変効果的であり、これまで、なかなか表面化することがない興行場における苦情・クレームの実態が明らかになった点も大きな成果の1つと考える。	悪質なクレームは別として消費者からの苦情は、見方を変えれば利用者に対するサービス改善策の課題ともいえるので、本事業を通じて見えてきた課題の整理を行い、サービス改善策の検討を業界として取り組むことで、新たな事業に発展する可能性があると考え。
13	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会	クリーニング事故対応効率化迅速化推進事業	8,000	クリーニング事故賠償基準の改訂そのものが大きな成果といえるものであり、検討委員会を設置、苦情相談員養成研修会及び普及講習会を体制化、組合ホームページでの広報や消費生活相談員へのアンケート分析なども行い、これまでの賠償基準において、不明確であった点をより明確化するなど高く評価できる。	事業者に対する十分な周知や講習会等による理解の促進が期待されるので、今後の取組として、ホームページへの改定基準の掲載等、今後の展望に挙げられる事業を引き続き実施するとともに、事業者だけでなく、このような基準があることを消費者行政・消費相談機関と連携のうえ、消費者に伝えていく取組も進められたい。
14	埼玉県クリーニング生活衛生同業組合	後継者育成プログラム構築事業	2,700	作成された後継者育成マニュアルは、事業を承継する者（親）・承継される者（子）にとって、有意義な内容となっていることは評価できる。また、本事業を通じて組合員同士のM&Aマッチングシステムを構築できたことも、今後の業界振興にとって大きな成果の1つと考える。	本事業により構築されたM&Aマッチングシステムを有効に活用していくためには、組合員相互のマッチングだけでなく、独立開業を志す者、新規開業を目指す者等もターゲットに入れていくことが必要である。また、M&Aと事業承継を明確に切り分けた対策が必要であり、構築したM&Aマッチングシステムや後継者育成マニュアル「クリーニング店経営の羅針盤」を如何に組合員に周知するかも重要と考える。
15	静岡県クリーニング生活衛生同業組合	クリーニング事故事例集作成による組合組織強化対策事業	2,300	作成されたクリーニング事故事例集には、事例ごとの注意点のほかに利用者に対するアドバイスポイント等が簡潔にまとめられており、利用者に対する説明などにおいて活用できる内容となっていると評価できる。	事例集の作成が最終目標ではなく、この事例集を通じた事故防止・苦情相談の減少が目的であるので、継続的に活用状況等の把握に努めるとともに、それを十分活用できるよう、講習会等での周知をするとともに、必要な改善・対策等への展開をすることが必要である。
16	長崎県クリーニング生活衛生同業組合	組合ホームページ作成による組織強化・需要拡大事業	1,000	ホームページの作成に合わせたPRツールや古着回収の取組などが相互に作用して、地域に対する組合員店の周知といった本事業の目的が着実に展開していることは評価できる。また、ホームページ評価を5段階で行い、客観化を目指して、作成したホームページの経営面への成果について把握をしようとしているところも評価できる。	単年度の事業として消費者に対する情報提供の強化をあくセブ数だけで測定することは容易ではなく、複数年にわたる事業の場合、長期的な事業の成果として、顧客の苦情が減ることや組合加盟店が増えることなどで測定ができると考えられる。従って、どこかの時点で長期的成果の測定をすることが必要である。また、ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見やすさを継続的に検討することも必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
17	全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会	外国人利用者の受入環境の整備事業	6,116	事業により作成された案内マニュアル等が、事業者の外国人利用者の受入に対する不安の払拭につながるなど、事業の意義は高いものと評価できる。アンケート調査については、結果的に十分なサンプル数は集められなかったものの、きちんと取り組んだことにより、今後の課題として改善策を掲げていることは非常に高く評価できる。	今後の展望として掲げているアンケート調査以外のデブスインタビューやグループインタビューなどを行うことの意義は大きいと考える。また、外国人の思わぬトラブルに関しては、実際にあった事例集などを作成することで、組合員だけでなく、利用者側の外国人にも役に立つと思われる今後の取組が期待される。また、外国人入浴の促進が日本人客にマイナスに作用しないようにするための日本人客向け説明の強化も必要である。
18	神奈川県公衆浴場業生活衛生同業組合	地域高齢者コミュニティ銭湯事業	2,091	高齢者向けに「ヒートショック対策講座」という関心の高いテーマの講習会を開催することで銭湯に対する意識を高める工夫がなされており、参加目標の延べ200名を大幅に超えた435名が事業に参加し、老人の孤独死を防ぐためのコミュニティ意識の向上に寄与できたことは評価できる。また、参加者向けのアンケート結果からヒートショックの認識度の向上の成果があったと判断できたことも評価できる。	事業の継続実施に関するアンケート結果では、参加者向けのアンケート結果が高い評価を得ているものの、事業者向けのアンケートでは、総じて高い結果となっていないことは、これらの取組が公衆浴場における社会貢献策として展開するのかが、組合員である事業者向けの経営支援施策として展開しているのかが明確になっていないことの証左と考えるものであり、事業の実施にあたっては、これらの点をよく考えたうえで企画することが必要である。
19	石川県公衆浴場業生活衛生同業組合	浴育事業「入浴マナーを学んで家族で銭湯へ行こう！」	1,677	事業の実施後における子ども層の利用数変化について、大きな変化は見られなかったものの、一般の関心も高く、一部地域においては増加するなど「浴育」事業の一定の成果も見られたことは評価できる。	子ども層の利用拡大を図るためには子どもだけを対象に取り組んでも十分な効果を得られるとは思えず、やはり保護者（親）を対象に考える必要がある。特にアンケート結果にある「ゆっくり入れない」や「他の利用者の目が気になる」など利用者目線の考え方に対して、業界がどのように取り組んでいくのかを検討することが必要である。また、「はッピーママ」等のメディアへの掲載をさらに強化し、活動そのものの認知度をさらに上げることで、子どもとその親のリピーター化のための魅力を増す策を充実させることも必要である。
20	全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会	食物アレルギーの基礎知識－旅館・ホテルでの対応マニュアル作成事業－	9,000	事業の意義は高く、旅館ホテル業界における食物アレルギー対応に関するマニュアルが策定されたこと自体が大きな成果であり、今年度の進展も次年度以降につながるものであったと評価できる。	今後の展望として述べられているように、アレルギーに対する具体的な対応方法の普及が重要であり、このマニュアルにもとづき、個々の施設における対応を進めていくための講習会等、アフターフォローを徹底して実施することが必要である。
21	香川県ホテル旅館生活衛生同業組合	外国人利用者の受入体制の整備	1,680	急速に増加する外国人訪日観光客に対する受入整備といった本事業の目的に対して、講習会の回数を増加し、「施設利用ガイド（安全の手引き）」の外国語表記などの未対応部分のバージョンアップ版を全施設客室に備えるなど、当初の計画の指さし会話集の配備以外の体制整備に前進が見られたことは評価できる。	スマートフォン対応のベースは、実際に外国人がどのようなルートでアクセス可能となるか（どう誘導するか）についてももう少し活用状況を把握し、整えることが必要である。また、指さし会話集の内容と使いやすさのさらなる追求、おもてなし意識の共有を現場レベルで徹底するための教育体制の拡充も必要である。
22	全国麺類生活衛生同業組合連合会	店頭PR活動による集客（外国人観光客を含む）向上事業	7,000	誤解を招きやすい表記があったことで、SNS、トリップアドバイザーや行政機関ホームページとのリンクを控えたが、それ以外の事業は予定どおり行われ、PR活動により外国人の接客対応に進展がみられたことは評価できる。	アンケート結果により、事業実施後における利用客の変化についての成果把握をすることで、今後、集客の増加や組合員の増加などにつなげていけるように事業内容を工夫することが必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
23	栃木県めん類業生活衛生同業組合	カロリー表示支援による標準営業約款制度の普及・促進	1,251	本事業の実施により、昨年度実績0件であった標準営業約款登録店を15店確保できたことは、事業目的を達成しているとして評価できる。また、講習会に参加できなかった組合員にも資料を配布するなど、様々な工夫がみられ評価できる。	本年度限りの取り組みに終わらせることなく、パンフレットの作成と配布以外にSマーク登録（新規）を伸ばす組合としての具体策を探求し、引き続きカロリー表示の取組をすすめ、登録に至らない営業者の支援など、組合が一体となった更なる登録店育成に期待する。
25	全国水雪販売業生活衛生同業組合連合会	休止組合再開支援及び振興計画未認定県解消事業及び衛生水準スキルアップ事業	5,000	事業の性格上、すぐに効果が表れるものではないが、着実に進められているのがうかがえる。作成された消費者向けのホームページの内容はイラストを利用し、消費者からも分かりやすく、かつ、氷に対して興味を抱かせる内容となっており良くできていて、今後の事業の展開に活用することができると思われるので評価できる。	ここ数年、同一課題に対する取組が続いているが、大きな進展が見られていないのは、組合活動の再開には大きなハードルがあると思われる。今後もこうした活動を続けることで再開の可能性が現実的にあるのかどうか、冷静に見極めた上で、再開が不可能だと思われるのであれば別の活動を模索するなどの検討が必要である。
26	神奈川県水雪販売業生活衛生同業組合	組合ホームページ構築事業及びイベント時の衛生水準向上事業	2,000	今までなかった組合ホームページが構築されたこと、また、ホームページの公開により新規組合加入事業者が出てきたことなど、事業の成果として評価できる。	消費者に対する情報発信のプラットフォームの整備が完了した段階であり、今後は、この基盤を活用して様々な情報発信を行い、業界の活性化につなげていくことを期待する。また、ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見やすさを継続的に検討することが必要である。
28	群馬県食肉生活衛生同業組合	食肉衛生管理等の情報提供・普及啓発事業	1,500	講習会等の参加者数が目標を達成したことや、食中毒に関する資料集を販売者用に編集して配布するなど、当初計画どおり実施されており、受講者アンケートからも一定の事業成果を確認されたことは評価できる。	講習会という形では、正しい情報知識の普及は参加者にしかできないので、何か補完的な方法（例えばホームページを使ったものなど）を考えることが必要である。また、どのような成果を上げているかについて長期的な視点から分析を行うことも必要である。 衛生に関する取組は、その事業効果の測定が困難なものであるが、このような地道な取組を進めていくことが衛生水準の確保には必要である。また、食中毒早見表が良くできているので、PRし活用度をさらに上げるように検討することも必要である。
29	神奈川県食肉生活衛生同業組合	食肉の衛生管理等正しい知識の普及啓発・情報提供事業	1,500	当初計画どおりパンフ等の配布のみならず、食肉販売業者の講習会受講者へ「受講済み証」を発行し、店頭掲示することにより消費者への食肉の安全安心への取組をアピールすることなどが実施されており、受講者アンケートからも一定の事業成果を確認することができていることは評価できる。	講習会という形では、正しい情報知識の普及は参加者にしかできないので、何か補完的な方法（例えばホームページを使ったものなど）を考えることが必要である。また、どのような成果を上げているかについて長期的な視点から分析を行うことも必要である。 衛生に関する取組は、その事業効果の測定が困難なものであるが、このような地道な取組を進めていくことが衛生水準の確保には必要である。
30	岡山県食肉生活衛生同業組合	生食用食肉等の衛生管理等情報提供・普及啓発事業	1,500	当初計画どおりパンフ等の配布のみならず、食肉の衛生管理のパネル作りとその利用計画が具体化されている。講習会の参加者は予定50名を大幅に上回り、290名の参加があり盛況だったことがうかがえる。アンケートを組合員と消費者の両方に実施し、一定の事業成果を確認することができることは評価できる。	講習会という形では、正しい情報知識の普及は参加者にしかできないので、何か補完的な方法（例えばホームページを使ったものなど）を考えることが必要である。また、どのような成果を上げているかについて長期的な視点から分析を行うことも必要である。 衛生に関する取組は、その事業効果の測定が困難なものであるが、このような地道な取組を進めていくことが衛生水準の確保には必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
31	宮崎県食肉生活衛生同業組合	生食用食肉等の衛生管理等知識の普及啓発・理解醸造事業	1,500	当初計画どおりパンフ等の配布のみならず、講習を受講した食肉販売業者へ「受講済み証」を発行し、店頭掲示することにより消費者へ食肉の安全安心への取組をアピールすることなどが実施されており、受講者アンケートからも一定の事業成果を確認することができていることは評価できる。	講習会という形では、正しい情報知識の普及は参加者にしかできないので、何か補完的な方法（例えばホームページを使ったものなど）を考えることが必要である。また、どのような成果を上げているかについて長期的な視点から分析を行うことも必要である。 衛生に関する取組は、その事業効果の測定が困難なものであるが、このような地道な取組を進めていくことが衛生水準の確保には必要である。
32	全国飲食業生活衛生同業組合連合会	組合の組織強化（加入促進）に資する事業	9,000	本事業を通じて、組合加入パンフレットを支部単位で送付するとともに各支部長等個々の店舗とのコミュニケーションを図った結果として、対前年比で約1,000名多い3,199名の新規加入実績を上げたことは評価できる。	新規加入促進と脱退防止は表裏一体であるが、具体的な取組を進めるにあたっては、片方が「未加入者」が対象であるのに対して、片方は「組合員」が対象であることから、全く異なる取組として検討することが必要である。 アンケート結果では、組合加入理由として公庫融資を除けば「研修会参加」が次いで多く、活用した制度も「講習会・共済」などを多くが利用していることから、一般的に言われる組合加入メリットとはまさにこの点であると思われる。執行部役員は十分にこれらの点を踏まえた組合運営をすべきと考える。
34	石川県飲食業生活衛生同業組合	組織の活性化（加入促進）を図る県組合ホームページの開設事業	1,500	ホームページの新規開設は、平成26年12月25日に計画どおりでき上がったことは評価できる。	ホームページが作成されただけでは組合活性化という目的が達成されたとは言いがたいので、今後の活用が期待される。 ホームページの目的が組合員数の増加なのか、来店数の増加なのか、その両方なのであれば、それぞれの目的に合致したものにするためにどのようなコンテンツやホームページ周知方法が必要なのか、facebook活用なども視野に入れて、明確にした上で事業を継続していくことが必要である。また、ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見やすさを継続的に検討することも必要である。
35	静岡県飲食業生活衛生同業組合	組合の組織強化・加入促進（パンフレット作成）事業	1,500	平成25年度の飲食店営業許可申請者全員に計画の変更により作成したリーフレット「組合加入のススメ」を配布するなど事業が進展していることは評価できる。	今後の事業展開として、ダイレクトメールによるリーフレット「組合加入のススメ」の配布により新規加入を希望しなかった事業者については、できることなら組合のメリットの理解を深めるため、地道な訪問配布をしたほうが効果を上げている例もあるので、検討することが必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント(評価できる事項)	審査コメント(今後に向けて助言)
36	宮崎県飲食業生活衛生同業組合	組織加入促進のためのホームページ作成・管理	1,500	新規開設ホームページへの登録を加入メリットとした組合加入促進といった本事業の目的に対しては、十分な成果が得られたと言いが、ホームページやSNSのページ共に内容がよくできていて、ホームページを構築したことにより次年度以降の展開が可能となったことは評価できる。	ホームページの活用は、新規組合加入の増加への有効性を期待できるが、各支部単位での人的バックアップアップローチの強化が必要なので、その体制作りをさらに強化することが必要である。また、ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見やすさ、特に検索エンジンで「宮崎県飲食業生活衛生同業組合」を検索して、「みやざきグルメ」のページが上位にあがってくることなど、継続的に検討することも必要である。
37	全国すし商生活衛生同業組合連合会	「外国人観光誘客」促進ホームページ製作	7,000	組合ホームページに寿司の基礎知識等3カ国語翻訳ページを作成した外国人向けホームページ制作の試みは、大変よくできていて評価できる。また、ステッカーの作成・配布により、5%の利用者増につながるなど、一定の事業成果を確認することも評価できる。	外国人受入にあたっては、情報発信も重要であるが受入側である個々のすし店の意識・知識に対して取り組むことが必要である。また、外国人利用者がすし店に何を求めているのか、すし店が外国人利用者に何を提供できるのか、そのような視点で取組を進めていくことも必要である。ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見易さを継続的に検討することが必要である。また、SNSの利用も試みた形跡があるので、こちらの方もぜひ活用を期待したい。
38	岡山県鮎商生活衛生同業組合	瀬戸内の味覚を凝縮した”おかやま海鮮盛り”の開発	2,000	「おかやま海鮮盛り丼」のブランド化、地元業者の連携が積極的に目指され、事業目的である新規組合加入及び経常利益の改善に対して、本事業が一定の成果を挙げていることは評価できる。	一時的に注目を集めるだけでなく、若手中心の地元業者の連携を通じた海鮮盛り丼のブランド創造とそのチェック体制の確立及びその継続制の確立することが必要である。
39	愛媛県すし商生活衛生同業組合	記念日におけるすし店の利用促進事業(記念日の「媛」の設定)	1,950	消費者が記念日等にすし店を利用しやすくするための統一メニューの策定により、メニュー化するお店が当初計画目標を上回ったことは、地域すし店の理解も得られたものであり、これからの進展に期待が持てるものと評価できる。	本事業のコンセプトである「記念日にすし店のすし」が定着するには十分な時間と地道な取組が必要である。今後は、事業の組合員への周知により、参加する寿司店の絶対数をさらに増加させるとともに、消費者に対して、母の日、父の日など、季節の催しや行事などに合わせた集中的な宣伝活動を継続していくことが必要である。
40	鹿児島県すし商生活衛生同業組合	出前型授業・若手職人技術講習会による後継者育成支援事業	2,000	出前型授業によるインターンシップの実施、後継者の育成のための若手の技術講習会の開催、その際に経営全般についても学ぶなど、事業は計画どおり実施されており、講習会参加者のアンケート結果からは、講習会の内容等に対して高い評価が得られたことは、まだ、直接的な成果として現れないながらも、業界の後継者育成に一定の効果を認めることができるので評価できる。	業界の若手人材の育成は、将来の業界の人材育成だけでなく、サービス・技術の向上に直結するものであり、アンケート結果からもこのような取り組みを展開することを希望する意見が多く寄せられていることから、継続的な取組として実施していくことが必要である。今回の事業は参加人数が目標値となっていたが、最終的には後継者が育つことが目標と考えられ、事業を後継者育成にどうつなげていくか、中長期的に評価することも必要である。
43	静岡県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	1,500	当初計画どおりのパンフ等の配布のみならず、消費者を対象とした料理講習会は目標受講数を上まり、内容は充実したものであったことは評価できる。	参加人数が少なすぎる点は何よりも改善すべき点であり、消費者への知識の普及手段として講習会という手段を用いたが、業界の振興に役立たせるためには、工夫が必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント(評価できる事項)	審査コメント(今後に向けて助言)
44	愛知県食鳥肉販売業生活衛生同業組合	消費者に対する鶏肉の知識普及・促進	1,500	消費者を対象とした食鳥肉に関する正しい知識に関する普及啓発リーフレットを作成し、名古屋中央卸売市場の市場まつりで配布するなど計画どおりに実施されており、事業目的である鶏肉の知識の普及促進に一定の効果があつたものと評価できる。	消費者アンケート結果から概ね6割がスーパーから鳥肉を買うなら、スーパーでの鳥肉販売とは一味違った情報提供をさらに強化、正しい鳥肉の取り扱いをさらに積極的に発信するなど、今後の施策の検討を進めるとともに、リーフレットの配布による消費者への情報の伝達は限定的であるので、WEB、メディアなども合わせて活用することを検討することが必要である。
45	大阪府食鳥肉販売業生活衛生同業組合	消費者に対する鶏肉の知識普及と消費拡大の促進	1,589	消費者を対象とした鶏肉セミナーの開催、「国産チキン安全、安心、ヘルシー」の冊子や「親子丼チラシ」の配布による情報発信は、計画通りに実施されており、事業目的である鶏肉に関する正しい知識の普及に一定の効果があつたものと評価できる。	当該事業の実施により、消費者の鶏肉の購買意欲が向上したかについて、定期的かつ継続的に店舗における売上の変化について把握していくことが望まれ、その結果、十分な効果が見られるのであれば継続的な実施をする方が良く、十分な効果が見られないのであれば、別の取組として、例えば、WEBやメディアなども併用した情報発信等を検討することが必要である。
46	全国喫茶飲食生活衛生同業組合連合会	リーフレットによる喫茶飲食業界の高齢者対応の必要性に関する啓発事業	6,000	作成された事業者・従業員向けのパンフレットの内容は、喫茶店経営における高齢者対応の考え方が分かりやすく解説されており、高齢化社会のなか、高齢者層をターゲットとすることが必然の流れの中、経営者の意識改革には十分な教材と思われ評価できる。	コーヒーの魅力の再発見をPRするためのポスター及びリーフレットを配布することで、この事業が一過性で終ることのないように、シニア層にとってコーヒーが有効である根拠をさらに掘り下げ、情報発信を継続することで、中長期的には集客の増加も数値目標になってくると考える。事業が集客増加につながるようにポスター及びリーフレットの配布以外の事業の工夫も必要である。
47	神奈川県喫茶飲食生活衛生同業組合	外国人利用者の受入体制の整備	1,600	作成されたメニュー表は、写真等を活用することにより視覚的にも分かりやすく、現場のお店において利用しやすいものとなっている。また、講習会では近隣の日本語学校の協力を得るなどの工夫がみられ評価できる。	会話の体制整備だけでなく、メニューの検討、店頭のレイアウト等、外国人対応に向けた取組を継続的に実施し、事業成果を高めるとともに、指差し会話ツールの中味のさらなる充実をはかり、使いやすさを追求したアンケートを外国人にも実施し、より使いやすいものに改善することが必要である。
48	富山県喫茶飲食生活衛生同業組合	ホームページ、加入促進パンフレットの作成等による組織強化(加入促進)事業	1,800	ホームページは、組合の紹介だけでなく地域のおすすめスポットの紹介や、加盟店の訪問記など工夫されているなど評価できる。	組合加入という事業目的に対する成果を高めていくためには、本事業で作成したホームページを盛り上げていくことが必要である。また、ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見易さを継続的に検討することも必要である。
49	愛知県喫茶飲食生活衛生同業組合	総合的ハンドブックの作成による喫茶飲食店経営者に対する受動喫煙対策・衛生管理・雇用に関する啓発事業	1,600	「こんな時どうする?!」お店のガイドブックは、喫茶店経営者にとっての必要な事項をコンパクトにまとめられ、配布することにより経営のレベルアップを業界全体に普及しようとしたもので、分煙、衛生、雇用に関する経営のあり方をめぐる基本情報の共有が適切に目指されていることは評価できる。	組合員を対象に定期的に受動喫煙対策の取り組み状況、衛生管理の管理状況等、このガイドブックに記載されている事項についての遵守・取組状況を把握及び現在の店舗経営のどこに課題があるのかを把握し、それに向けた取組を展開することが事業成果を高めることになると考える。
50	高知県喫茶飲食生活衛生同業組合	飲食店ガイドブックの作成による経営支援を通じた組合の組織強化(加入促進)に資する事業	2,000	組合加入促進用パンフレットは、他の同様の事業で作成されるパンフレットと比較して、実際の組合員の声などが、組合員の顔と一緒に紹介されており、非常に分かりやすい内容であり評価できる。	組合加入の促進には、現在の組合員の「満足度」が不可欠であることから、今後の課題欄に記載されているように、現場の営業者が求める取組を進めていくことが期待され、新規組合加入者を増やすためには事業の成果物を使って地道に勧誘していくことが必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
51	全国中華料理生活衛生同業組合連合会	個店の営業力強化と組織強化・活性化	6,000	「体に優しい健康料理」をテーマとして開発したメニューの料理講習会及び経営講習会の開催については、各地区で工夫されているなど評価できる。 料理コンテストを開催することによる入賞メニューの経営効果が高いと思われ、高い技術力が強みの個人店において、それぞれのお店が考案したメニューをこのような形でバックアップすることは評価できる。	料理コンテストの実施が新規メニュー開拓にプラスに作用しているので、さらに強化することで営業促進に繋がることを期待したい。 新規組合設立や加入団体増には時間がかかるものと思われる、今後の着実な事業の展開を継続することが必要である。
52	岐阜県中華飲食業生活衛生同業組合	中華料理店の営業力を高める振興策としてスマホ携帯による顧客獲得拡大	1,500	予定されていた事業はほぼ実行されており、スマートフォンのGPS機能を活用した検索機能はユニークであり、利用者からすると便利な機能であると思われる。また、特にお試しプラン等で組合員数増加に取り組むアイデアなど、工夫している点は評価できる。	消費者をスマホサイトにどうやって誘導するかが課題であり、当該機能が集客に対してどの程度成果を挙げているのかについて、継続的に利用者数などを把握していくことが必要である。
53	大阪府中華料理業生活衛生同業組合	個店の営業促進と組合活性化に係る事業	1,500	料理講習会は事業計画通りに進められ、アンケート結果から約70%の受講者がメニュー化を検討していることなどから、一定の成果があったものと評価できる。	本事業の実施効果を検証するためにも、ヘルシーメニューのメニュー化後における集客等の変化について把握するとともに、開発したメニューを集客につなげられるよう、しっかりとアピールすることが必要である。
54	全国社交飲食業生活衛生同業組合連合会	組合加入促進による組織強化事業	9,000	情報共有を目的に開催した担当者会議において、それぞれの地区での成功事例発表を通じて情報を共有するなど工夫がなされており、成果目標数値には届かないものの、一定の新規組合加入者の獲得といった成果を確認できることは評価できる。	これまでの地道な取組が徐々に成果につながっていることがうかがえる。今後も、成功事例等の情報共有化につとめ、他の生衛業組合の活動などを参考とし、新たな展開を期待する。
55	北海道社交飲食生活衛生同業組合	後継者育成事業（人材育成研修会）	2,300	成果指標である新規組合加入者数については、目標の200名には届かないものの、80名の実績を残すことができている、各支部における担当者を選任し、当該担当者を対象とする講習会により、組織強化の意義・必要性やその具体策について共有できたことについて、一定の事業成果が確認されたことは評価できる。	目標値設定が間違っていたのか、方法論に何か足りないところがあるのかなどを明確にすることで、次年度以降の取組の方向性が見えてくると思われるので、目標である200名に至らなかった原因が何であるかを考察することが必要である。
56	山形県社交飲食業生活衛生同業組合	組合公式サイトリニューアル及び活性化事業	2,000	ホームページは完成度が高く、Facebookにリンクしている。SNS講習会を集中的に展開しており、一定の効果が見込まれるので評価できる。	ホームページやSNSに関心の低い店舗は、十分な固定客を持つお店、そもそも情報端末をほとんど利用しない客層のお店、高齢の経営者のお店にとっては、メリットとは映らないと思われる。しかし、情報通信技術が進む中、関心が低い店舗に対して、WEBを使った情報発信の意義を更に説明し、地域商店街のスキルアップに繋げる地道な努力が必要である。また、ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見やすさを継続的に検討することも必要である。
57	愛知県社交飲食業生活衛生同業組合	組合加入促進事業	1,850	3地区において開催する講習会の対象を新規開業者に絞り込むなど、組合加入促進という本事業の目的に対する工夫が見られことは評価できる。	本年度においては、成果目標である75名増を達成できていないが、パンフレットの配付・訪問活動の展開・講習会の開催等により問い合わせ等が増えている現状に着目すべきであり、これらの取組を地道に展開していくことで、徐々にその成果は現れるものと考えられる。また、脱退者をどのように防ぐかといった対策も粘り強く取り組むことが必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
58	全国料理業生活衛生同業組合連合会	日本料理文化の伝承・普及のための若者・外国人向け教本の作成 (北海道・北陸ブロック編)	6,000	日本の伝統的な食文化である和食の世界無形文化遺産登録を契機に日本料理文化の伝承・普及を目的に実施された事業であり、教本として作成された冊子は完成度が高く、英語表示を行って外国人への情報発信をしている点も評価できる。	謹呈書をメディア、観光協会、高校、図書館、組合員、大使館にアンケートを送付して分析している以上、その結果を精査し、教本の内容とその見直しに反映させることが必要である。
59	宮城県料理業生活衛生同業組合	組合ホームページにおける情報発信による利用者の拡大	2,000	作成されたホームページにおける防災の取組に関するコンテンツは、大規模災害発生時におけるお店の考え方・避難について消費者に注意喚起を促すものであり、東日本大震災を経験した被災県組合ならではの内容となっており、高く評価できる。	本事業が目指したものは、ホームページの作成を通じた「利用者の拡大」であり、継続的に利用者動向を把握し、ホームページを作成して変化しているのか、していないのかを明確にするとともに、変化していない場合にはなぜなのかを考え、改善するといったPDCAサイクルを行うことにより、事業成果を高めることが必要である。また、ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見やすさを継続的に検討することも必要である。
60	岐阜県料理業生活衛生同業組合	組合ホームページにおける「美濃・飛騨」の和食と食材、その歴史紹介等による組合店の集客向上	2,188	ホームページの作成に向けて様々な議論を重ね、よりよいホームページ作成を目指している点は評価できる。また、「インバウンドセミナー」の開催及び「おもてなし4カ国語ガイドブック」の作成の変更事業により、組合員の外国人受入に対する不安解消や意識・知識の向上に一定の効果があつたことは評価できる。	本事業による取組が「集客向上」に効果があつたのかについて、継続的に利用客数の変化を把握していくことが必要である。また、その上で、効果がなかった場合には何故なのかを考えることにより、PDCAサイクルによる事業成果の拡大をすることも必要である。 ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見やすさを継続的に検討することが必要である。
61	大阪府料理業生活衛生同業組合	「一汁三菜」メニュー提供による和食文化の適切な伝承・普及事業	2,000	ホームページ、パンフレット、グルメ情報検索サイトとのリンクなどによる広報及び親子で「一汁三菜」を体験できる場の提供など、予定された事業はほぼ実施されており、アンケート結果からも顧客・事業主の反応が良かったことは評価できる。	日本料理の食文化の伝承というテーマは、一過性で終わるものではなく、継続的に情報発信し、より魅力的でわかりやすいものとするべきであり、事業の実施が組合の組織強化につながるよう事業に取り組むことが必要である。
連1	岩手県理容生活衛生同業組合	生活衛生サービスの高齢社会アプローチ事業	2,284	高齢社会に対応した事業であること、多くの生衛業が連携して行っていること、など先進的な取組として、ホームページも各生衛同業組合のホームページにリングが貼ってあり、事業を分かりやすく説明していることは評価できる。	ビジネスベースでの実施に向けて、今回のアンケートで得られた回答をもとに、サービス・価格を検討するとともに、それらのサービス・価格が多くの営業者の理解できる範囲にとどめる工夫などが必要である。
連2	福島県理容生活衛生同業組合	過疎地域における高齢者対策生衛サービス提供連携事業	1,200	現在まさに必要とされている事業だと考えられ、地域ごとの実施予定表がつくられ、効果検証がなされており、今回の試行的実施によってわかったことも多く、今後の事業の方向性も見えてきたものと推測される。	過疎地域におけるビジネスモデルの構築は容易ではないと思うが、自主的な取組へ進めていくためにも、アンケートから得られた高齢者ニーズと実態との格差があるのか、またある場合には、それをどのように埋めていくのかについての検討を進めることが必要である。
連3	長野県美容業生活衛生同業組合	地域プロスポーツチームを核とした異業種連携事業	1,562	十分な成果目標が得られなくても、生衛業種の連携への第一歩を踏み出した意義は高いと評価できる。組合組織の強化等副次的な効果も表れてくるのではないかと思われる。	キャンペーンは計画通りに実施されており、事業の目的である集客については、十分な成果を残すこととはならなかったが、この種の事業は継続して実施していくことが必要である。参加した事業者も同様の考えのようなので、次年度以降の取組に期待したい。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
連4	兵庫県公衆浴場業生活衛生同業組合	生衛事業者による社会的課題に対する総合的な取り組み	1,159	事業が広い範囲にわたっていたが、どれも予定通りに実施できている。生衛業連携の第一歩となる事業であり、旅館業と公衆浴場業の連携が高齢者や障害者などの弱者支援サービス開拓に向けられていることやインターンシップ対応も試みられており、後継者育成効果も期待されるので、その意義は大変大きいことだと評価できる。	温泉街での障害者雇用インターンシップ事業は、本年度は有馬温泉地区における取組であったが、他地域への拡大を目指すべきであり、インターンシップ適合強化のみならず、本業部門の中への若手の取り込みを活発化し、若手の意識を高める姿勢を継続的に維持することが必要である。また、そのためのPRの方法について検討することも必要である。
全セ	(公財) 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（復興支援事業を含む）、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	36,742	事業が広い範囲にわたっていたが、どれも確実に実施できていて、アンケートも適切に実施され、分析が進んでいる。指導的立場として実施内容・成果把握いづれも適切であるので評価できる。	全国的規模で各ブロックごとに指導ならびに管理体制のさらなる拡充を目指し、今後も必要とされる取組には積極的に関与して欲しい。
震1	岩手県理容生活衛生同業組合	被災地復興・被災理容師自立再建支援事業	9,119	日々変化していく被災地において、被災理容業者のニーズをよく把握した事業展開であり、本年度は経営支援に軸を置き、訪問営業から仮設営業へ、仮設営業から本設営業への支援など確実な実績を残し、成果把握においてもアンケートのほかに個々の事業者の課題等の整理を行うなど、きめ細かな分析が可能な状況であったことは評価できる。また、成果を上げている事業、徐々に役目を終えつつある事業など、それぞれ正しい自己評価がされており、復興に結びついていることが推測されることは評価できる。	経営相談会を利用していない人が多いが、その理由の多くが高上げがまだ完了していないことであり、今後、地域の高上げが完了し、本設移行が本格化していくなかで、これまでの取組で培ったノウハウが本当に必要とされてくるのではないかと、自己分析されているとおり、復興の進展によって事業の性質も変わっていくべきものもあり、現状では何が効果的かを把握しながら事業を継続することが必要である。
震2	福島県理容生活衛生同業組合	生活衛生サービスの提供によるひとり暮らし高齢者支援事業	3,200	被災営業者（理容・公衆浴場・飲食店営業のすし、社交）と社会福祉協議会が連携して、積極的に企画されたものであり、特に一人暮らしの高齢者の孤立予防への寄与が見られるなど、実績が上がっていることは評価できる。	大変に意義のある事業であり、一過性でなく、定期的に開催できるように、生衛業者間での連携強化が求められる。現時点での課題の解決に取り組むことで地域への定着を図ることが必要である。
震3	岩手県飲食業生活衛生同業組合	被災地復興・被災組合員自立再建支援事業	5,687	被災地における仮設店舗営業者には必要な支援であり、本事業を通じて本年度は営業再開事業者が9店舗増えるなど着実な成果は評価できる。	本設店舗の再開数の増加等、復興が進んでいることが分かるので、消費者動向などの調査の結果を参考に、復興から復興へと移行できる体制の整備が必要である。アンケート結果などから、それぞれの地域ごとの状況が異なることや復興段階が異なることなどから、必要とされる支援が多様多様になっている。次年度以降は、地域・ターゲットを絞った支援策を検討のうえ継続的な対応を目指すことが必要である。
震4	岩手県食肉生活衛生同業組合	被災地復興・被災組合員自立再建支援事業 ～あなたの身近に「食肉マルシェ！」～	3,202	仮設営業者が新たに組合加入したことは、本事業の実施をはじめ、これまでの取組が被災地事業者にとって必要で魅力的な取組であったことの証左といえるので評価できる。	既に自己評価されているとおり、事業の性格も初期の復興段階とはかなり異なってきたので、現在どのような事業が必要か、十分に被災事業者の状況を検討しながら進める必要がある。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
震6	岩手県すし業生活衛生同業組合	被災地復興・被災組合員自立再建支援事業	1,801	情報交換会などは実際の被害の状況を知り、支援の対策を立てるためには大変重要な事業である。情報交換会を予定どおり5回実施し、被災地営業者の課題等を明確にすることができていることは評価できる。また、「復興支援絆すし雅」を復興シンボルとして、すし券の活用により地域の活性化につなげ、被災地情報をホームページを通じてPRできていることも評価できる。	情報収集だけでは被災地の現状は改善しないので、得られた情報をもとに何をすることが被災地の営業者にとってプラスになるのかをよく考え、具体的な取組に展開する時期にきているのではないかと。
震7	岩手県社交飲食業生活衛生同業組合	被災地復興・被災組合員自立再建支援事業	2,402	延べ20回にわたる経営、法律、融資の相談会の開催に128人が相談に訪れるなど、被災地営業者支援が徹底して実施されていることは評価できる。	アンケートから様々な課題が見えてきたため、それらに対応するための取組を検討することが必要である。また、課題欄にも記載されているように、今後は本設店舗への移行に関する支援が必要となってくるので、被災事業者が補助金・融資制度を有効に活用できるような支援策の検討も必要である。
震8	岩手県料理業生活衛生同業組合	被災地復興・被災組合員自立再建支援事業	583	県センターや日本公庫、組合、経営特別相談員が相互に連携した情報交換会は、開催回数を増やし、その内容をもとに被災地営業者の課題の把握ができていることは評価できる。	被災事業者の問題が大きく変わる中で、情報交換会などを通じて課題が明確になってきており、こうした情報が次年度の事業に反映されることが必要である。
震9	岩手県中華料理生活衛生同業組合	被災地復興・被災組合員自立再建支援事業	962	復興マップの作成が、これまで利用していたお店がどこで再開しているのか分からない消費者と営業再開店舗を結びきっかけとなっており、被災営業者支援に一定の効果が確認できることは評価できる。	今回の取組のように、被災地の利用者が不便なこと、被災営業者がやって欲しいことを常に把握することで、効果的な支援施策が展開できるものであり、日頃からの被災地区とのコミュニケーションを図り、ニーズ把握に努めることが必要である。また、アンケートから様々な課題が見えてきたため、それらに対応するための取組を検討することも必要である。
②-1	全国理容生活衛生同業組合連合会	BBブライダルエステ技術の開発・普及	12,175	講習会は受講者の関心も高く、全国的に目標を大きく上回る534名が受講し、地域の推進サロンの育成に成功している。また、利用客数や年間売上に対する効果も表れており、当初の事業目的の達成に着実な成果を確認できることは評価できる。	アンケート結果にもあるように、学んだ技術をどのようにセールスするかが、利用客数・売上への効果を左右する。シェービングという理容業特有の技術を活かしたサービスであり、女性顧客層の開拓という業界の課題に直結するサービスでもあるので、今後も発展的に取り組むことが必要である。このような講習会は定例化して、一般消費者にも存在を知ってもらえれば、店頭掲示することができる修了証の意義はより大きくなると思われる。
②-2	栃木県理容生活衛生同業組合	介護施設入所者に対するサービスやメニューの開発・普及	1,503	高齢者向けヘアカタログやパンフレットの作成と配布も順調に進行している。県内の施設ごとに訪問理容の実施状況が管理されており、事業の進捗・成果などが把握できるよう徹底されている。超高齢社会で高齢者を対象とした事業は有望であり、事業実施の結果として、成果も表れてきていることは評価できる。	介護施設における訪問理容については、本事業をもって概ね達成できたものとする。今後は、家庭における要介護の高齢者などを対象とするなど、市場拡大に向けたさらなる努力が必要である。さらに事業を進めて、高齢者の需要を業界の活性化に結び付けることを期待する。
②-3	群馬県理容生活衛生同業組合	子ども層の需要喚起と後継者育成事業	1,588	事業はほぼ計画どおりに実施されており、小学校掲示用ポスター及びチラシ等の作成と配布、地域理容店における子ども見守り活動（キッズプロジェクト）を並行して実施し、積極的にコミュニティへの情報発信に積極的に従事することにより、子ども層の利用拡大に一定の効果が見込まれることは評価できる。	子ども層の利用拡大を目指すことと、理容体験学習の実施により理容師を目指す若者を育成することを切り分けて考えた方がよいと思われる。また、子ども層の利用拡大を検討するにあたっては、「なぜ来ないのか」、「なぜ、美容室に行くのか」といった視点で価格面・サービス内容・接客技術などを見直すことが必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
②-4	新潟県理容生活衛生同業組合	子ども層の需要喚起と後継者創出～女性客や子どもに理容業の魅力をアピールすることにより、理容業の活性化と後継者の創出～	1,500	女性への理容が行えるサービス開拓に積極性であり、子供に理容業の良さを理解させ、ヘアカットで理容業に行くきっかけ作りができたことは評価できる。また、アタマジラミの問題は、公衆衛生的な知識の普及にも役に立ったものと評価できる。	アンケート結果からの課題の把握が的確であり、「料金表示を外からでも分かるように」などの貴重な意見が多く見られるので、アンケート内容をもとに、業界の改善の取組を推進するなどの事業成果を高める工夫が必要である。
②-5	鳥取県理容生活衛生同業組合	シニア層の需要を喚起するサービスやメニューの開発・普及	1,301	地域支部ごとの高齢者対応講習会の開催、福祉理容のテキスト及びまごころサービスの接客マニュアル等の内容は非常に良くできているので評価できる。	今後の高齢者社会を考えるうえで、施術の技術だけではなく、お店づくり・接客方法等についても高齢者が望むものを提供していくことが重要であり、本事業により実施したアンケートの結果をもとに、これからの理容店像を明確にして、サービスの向上に努めることが必要である。また、テキストとマニュアルの定期的コンテンツを見直し、その制度化、講習会報告書を分析し、講習会内容のレベルアップに対応することも必要である。
②-6	香川県理容生活衛生同業組合	介護施設入所者に対するサービスやメニューの開発・普及	1,501	商店街等の一般通行人へPRするための名刺型パンフレット、施術心得マニュアルを追加作成して配布されたことや、組合のアンケートの結果により、今後どのような対応が必要であるか明らかになったことは、今後の事業の進展に大いに役立つものと評価できる。	組合員全店の出張理容の実行は、強制力があるわけではないので、なかなか難しいと思が事業の重要性をアピールすることは必要である。介護施設への参入が難しいとしても、在宅で介護を必要とする高齢者は地域内に多くいるはずなので、このような家族介護をしている者を対象としたセールスなども今後は検討を考えることが必要である。
②-7	全日本美容業生活衛生同業組合連合会	組合活動の紹介と活用による組合の組織強化（加入促進及び脱退防止）に資する事業	4,096	作成されたパンフレットの内容は、組合活動が何を目標しているのか、どのようなことをやっているのか、なぜ必要なのかについて良くまとめられていて評価できる。このような地道な活動を続けていくことが、組織強化には欠かせないものと考えられる。	組合組織が組合員にしていること、できることも大切であるが、トップダウンだけでなく、現場の組合員が期待すること、望むことなどボトムアップの取組も必要であり、そのようなニーズを把握する体制・スキーム作りも重要である。
②-8	全日本美容業生活衛生同業組合連合会	創業・経営支援を通じて組織強化に資する事業	3,047	美容連合会BMS制度は、1年間での相談件数が約30件と少ないながらも着実に成果を挙げていることは評価できる。	BMS制度の活発な活用を促すためには、全国団体・都道府県組合の役割を明確にすることや、相談者と日本公庫・資材メーカーをどのようにマッチアップさせるのか、といったスキームを明確にすることが必要である。また、BMSの中味のレベルアップが重要であり、その制度化を目指す管理美容師講習会の広報を強化し、受講者数の増加を目指すことも必要である。
②-9	神奈川県美容業生活衛生同業組合	まつ毛エクステンションの知識と技術習得事業	1,757	講習会の受講希望者は多く、まつ毛エクステンションの技術講習会を延べ6回開催し安易な技術講習としなかった点、適切な技術の伝承に努めていることは評価できる。	今後、業界の自主的な取組としていくためには、低コスト化を進めたい一方で、未経験者が美容室メニューに取り入れるには、高度な技術と経験を要するために6回の講習回数では難しいのであれば、場合によっては受講者にも一定の費用負担を求めるなどの工夫をすることが必要である。
②-10	三重県美容業生活衛生同業組合	まつ毛エクステンションの知識と技術の向上	1,398	専門的な知識・技術の習得を必要とするまつ毛エクステについて、地域における専門講師の育成に注力しており、今後の技術普及のための基盤整備ができたことは評価できる。	アンケート結果を見ると、受講者の習熟度についての自己評価が低い評価となっており、受講者の不安がうかがえる。今後も定期的かつ継続的に講習会等の取組を進め、学んだ技術をメニュー化できるようフォローアップすることが必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
②-11	滋賀県美容業生活衛生同業組合	まつ毛エクステーションの知識と技術の向上	1,216	事業目的である、地域における技術指導者の育成については、計画通りに指導講師を12名育成できた実績は評価できる。	講師の養成が衛生の確保や顧客満足度の向上、健康被害の防止にどのように貢献しているか、中長期的に把握することが望まれる。また、定期的かつ継続的なフォローアップ講習なども必要であり、専門講師を要請した後、それをどのように一般の事業者まで浸透させていくかが次の課題となると思われる。
②-12	兵庫県美容業生活衛生同業組合	自主衛生管理講習会による衛生確保及び組織強化（加入促進）に関する事業	1,202	組合未加入の約4,000施設を対象に講習会の案内を送付し、訪問活動を展開するなどの工夫により、一定の加入実績を残すことができていますので評価できる。また、これらの取組が組合未加入者の関心をひきつけることが分かったのも大きな成果の1つといえるので評価できる。	課題欄にも記載されているが、組合未加入者については一部有償とし、組合加入者は無料で受講できる講習会の開催など、未加入者に組合活動に直接参加してもらい、かつ、組合員にメリットを実感してもらえるような取組を展開していくことが、事業成果を高めるために必要である。
②-13	徳島県美容業生活衛生同業組合	まつ毛エクステーションの知識と技術の向上	1,542	毎回の講習終了後に確認テストを実施し、理解度・習得度を確認しながら講習をすすめるなど、着実な技術習得に結びつくような工夫がされていて評価できる。	今後の展望欄にも記載されているが、専門的な知識・技術を必要とすることから、本事業の受講者に対するフォローアップを行い、事業成果の向上につなげていくことに期待する。また、眼科の医師による安全性確保のための指導強化や指導講師育成のための判定基準をより厳しいものにするなどの取組に期待する。
②-14	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会	「組合加入推進委員」養成並びに活動促進対策事業	4,950	組合組織の強化・活性化のために、組合員一人一人がその必要性を認識し、共有化することができた事業として評価できる。また、例年以上の組合加入者数といった実績についても評価する。	戸別訪問の効果が表れるのにはまだ時間が必要だが、着実な方法なので引き続き取り組む必要がある。 組合加入促進に加えて、離脱者や廃業者の抑制に向けても何かしら取組が必要である。 アンケート結果の分析を通じて、改善点を掘り起し、組合加入推進委員相互の意見交換の場とその制度化を目指すことが必要である。
②-15	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会	テトラクロロエチレンを使用するクリーニング所の作業環境改善への対応事業	5,381	調査した事業数は予定より少なかったものの、本事業により、クリーニング所における作業環境実態が明確になったことは、今後の対策を検討していくために重要であり高く評価できる。	本事業により、現場のクリーニング所によっては、管理濃度が基準値以上の施設もあることから、関係省庁と連携のうえ早急な対応策等を取りまとめることに期待する。
②-16	東京都クリーニング生活衛生同業組合	クリーニングの仕上げ指導ビデオ制作による技術の伝承・後継者育成事業	1,500	事業は計画通りに実施されており、仕上技術を理論だけでなく立体的な映像で残すことができています点は評価できる。	スーツの復元仕上について、メニュー化・セールス方法等についても普及していくことが、このDVD作成の意義を高めることに繋がると考える。また、DVDを使った技術講習会の継続的実施と参加者へのアンケートを実施し、その結果をDVDのコンテンツ見直しに反映させることが必要である。
②-17	岡山県クリーニング生活衛生同業組合	組合ホームページ作成による組織強化、組合活性化事業	1,314	作成されたホームページでは、シミ抜きが得意なお店、リフォームができるお店、集配ができるお店など、利用者がクリーニング店を検索するシーンを想定した検索が可能となっており工夫されていることは評価できる。	本事業の目的は、ホームページ作成を通じた組合加入促進である。十分な成果が出ているとは言い難いものの、今後、未加入者に対し当該ホームページへの掲載を1つのきっかけに組合加入につなげていくよう努力することが必要である。また、組合員がIT技術に慣れていないことが協力の遅れになっているものと思われるので、事業の意義をよく説明して理解してもらうことが重要と考える。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
②-18	宮崎県クリーニング生活衛生同業組合	クリーニング技術力向上・利用者啓発による需要拡大対策推進事業	1,510	講習会参加者も予定を上回り、リーフレットも予定数以上の印刷ができ、消費者向けリーフレットの配付によって需要拡大といった成果は確認できていないものの、内容は消費者がクリーニングについて理解しておいた方が良いものであり、良く整理されていることは評価できる。	クリーニング需要の拡大のためには、クリーニング店ならではのサービス・技術が何なのかを明確に消費者に打ち出すことが重要である。クリーニング店だからこそできるサービス・技術を明確にするとともに、それらについての技術講習会を展開する、といった取組に期待する。また、リーフレットの配布も一過性で終らせずに、若手講習会の頻度とその内容の見直しを積極的に実行することが必要である。
②-19	福岡県公衆浴場生活衛生同業組合	ホームページ構築による情報ネットワーク事業	1,618	ホームページ資料を見ると、消費者の銭湯に対する興味・関心を高めるようなコンテンツ内容となっており、今後の集客効果が期待できる。	本事業の目的はホームページを開設することにより、銭湯利用者の拡大にある。定期的なアクセス解析によるコンテンツの見直し、定期的な利用者動向の把握などにより、ホームページの効果を検証していくことが重要となる。また、当該サイトへ誘導するためのフェイスブックページ開設なども取り組む検討も必要である。
②-20	奈良県旅館・ホテル生活衛生同業組合	外国人観光客のための安全・安心マップ作製事業	1,696	事業は計画的に進められており、これまで「ありそうで無かった必要なもの」を利用者目線で探り当て、具現化したモデル的な事業として評価できる。また、アンケートの結果からも、利用者の評価を得ており、必要性も高いものと考えられる。	事業実施段階においても外貨両替という課題が見つかるなど、次のステップへ繋がる考察がなされている。今後も利用者目線に立った事業展開をすることで、引き続き業界振興を意識して次の事業につなげる必要がある。
②-21	宮城県麺類飲食業生活衛生同業組合	そば打ち体験による地域の生活衛生関係営業の振興を図るための事業	1,157	参加者アンケートからは、被災地飲食店利用にもつながっていることがうかがえる。また、本事業の経済効果を具体的な数値で示すことは困難であるが、被災地事業者のアンケート内容からは、当該事業は被災地飲食店の復興支援として有効であったことがうかがえる。マップは今後の需要増に貢献する可能性があり、部数を増やしたのは今後の営業につながるものと評価できる。	事前に準備を進めるなどの工夫をすることで、事業実施時期を早め、そば打ち体験の参加者をリピーター化するためにも、毎月1回程度実施するなど、利用を継続させることが必要である。
②-22	東京都麺類生活衛生同業組合	外国人利用者受入体制の整備事業	3,697	指差し会話シートの作成に合わせて、その具体的な活用方法や外国人利用者受入にあたってのポイントについての解説も作成することで、より活用しやすい工夫がなされていることは評価できる。	地域によっては外国人があまり訪れない地域もあり、全組合員に取組を求めるのは難しいかもしれないが、引き続き情報収集を行い受入体制を整備をし、本事業実施によって明らかになった課題に引き続き取り組む必要がある。
②-23	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	10,046	セミナー参加者を対象とするアンケートの意見では、温度管理や手洗いの励行など、家庭における衛生管理の重要性の理解が進み、併せて、食肉の安全対策についての理解が進んでいることがうかがえることは評価できる。	食肉衛生管理等セミナー自体は有効な手法であるが、対象人数に限られるため、幅広い一般消費者にアプローチすることが重要であり、全国検討委員会においてセミナーの現場レベルからの各種要望を分析し、セミナー内容にさらに反映させることが必要である。
②-24	千葉県食肉生活衛生同業組合	食肉の安全性確保のための情報提供事業	2,149	作成されたホームページや自主管理マニュアルは、消費者や事業者が衛生管理上留意すべき事項について、簡潔に分かりやすくまとめられていることは評価できる。	組合員の高齢化によってホームページの利用に難しい面があることは理解できるが、消費者や取引先に効果的な情報発信をする方法を今後も検討することが必要である。
②-25	全国飲食業生活衛生同業組合連合会	アルコール健康被害の防止対策に資する事業	4,239	昨今になって認知され始めた「アルコールハラズメント」に対する取組であり、事業成果を数値化することが難しいものであるが、社会的な必要性の高い事業として評価できる。	アルコールハラズメントは利用者の問題であるが、アルコールを提供する飲食店の社会的責務として、利用者に注意喚起し、その点を多くの事業者理解させる取組も必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
②-26	秋田県飲食業生活衛生同業組合	受動喫煙防止対策事業	1,550	受動喫煙防止対策は重要なテーマであり、本事業の実施により事業者への啓発効果が見込まれることは評価できる。	事業は計画どおりに実施されているが、大部分が禁煙・分煙ステッカーの店頭掲示し、本事業のセミナー開催を通じた新規組合加入の実績も6名であり、一応の成果は分かるが、今後、詳細な現状把握を行い継続した組合員の意識改革及び向上への取組に努めることが必要である。
②-27	群馬県飲食業生活衛生同業組合	外国人客並びに観光客獲得のための情報発信および受入体制の整備	1,912	ホームページや指さし会話集といったツール作成とインバウンドセミナー等の講習会を通じて地域飲食店の受入体制整備を進めることができていることは評価できる。	セミナー参加事業者向けのアンケートを見ると、外国人利用客数が現在のところそれほど多くは無いようであるが、一方で、インバウンド対策に対する意識は高いことがうかがえるので、今後増加するであろう外国人観光客対策として、本年度の取り組みのようにテーマごとに1つずつ取り組むことが必要である。
②-28	東京都飲食業生活衛生同業組合	組合の組織強化（加入促進）に資する事業	3,060	作成したマニュアルを取引事業者等を活用して組合未加入者に配付するなどの工夫により、組合新規加入数が増加しているのは評価できる。	組合加入促進については、日頃からの役員等による地道な訪問活動が最も大切であるが、本事業のように関連取引業者など、様々な外部協力機関等を使うことでより効果的・効率的に進めることが可能と考える。
②-29	岐阜県飲食生活衛生同業組合	消費者の安全・安心を高めるため飲食業者に特化した衛生規制の習得が経営の安定に資する事業	1,460	講習の内容は、衛生管理だけにとどまらず、表示問題やアレルギー対応など、飲食店経営者が理解しなければならないテーマについて多岐にわたり扱われており、受講者アンケートからも、一定の理解が得られていることが確認できることは評価できる。	「衛生規制」と「安全のための規制」が混同してしまっている感じがあるので、「食品衛生責任者」の責務と「経営者」の責務の整理が必要である。
②-30	大阪府飲食業生活衛生同業組合	パンフレット作成による組合員加入促進事業	1,571	加入促進パンフレットやホームページのリニューアルといったツールの作成と地域ごとの講習会を併せて開催したことにより、事業目的である組合加入促進については、ほぼ目標値を達成できているので評価できる。	本年度中の加入には繋がらなかったものの、本事業を通じてアプローチし接点ができなかった事業者に対するフォローアップをすることで、事業成果を高める努力が必要である。 ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見やすさを継続的に検討することが必要である。また、特に組織強化については、協業先との事業展開の強化も必要である。
②-31	兵庫県飲食業生活衛生同業組合	組合の組織強化（加入促進）するため、パンフレットの作成及び兵庫県下45支部を紹介したHPを作成する事業	861	事業は計画どおり実施され、組合案内用パンフレットを10,000部作成し配布及びホームページの作成の効果として、組合への問い合わせにより新規加入へ繋がるなど、新規加入85件の実績があったことは評価できる。	本年度中の加入には繋がらなかったものの、本事業を通じてアプローチし接点ができなかった事業者に対するフォローアップをすることで、事業成果を高める努力が必要である。 ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見やすさを継続的に検討することが必要である。また、特に組織強化については、協業先との事業展開の強化も必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
②-32	和歌山県飲食業生活衛生同業組合	組合ホームページ作成による経営支援及び組合加入促進事業	1,630	事業は計画どおりに実施され、ホームページのアクセス数等を細かく把握しており、実際に予約や来店につながっている点は評価できる。	今後、組合としてどのような取組を進めていくべきかを考えるにあたっては、この事業が成功なのか、失敗なのかを客観的な数値等により把握することが重要であり、アンケート等により、事業の成果把握を行うことが必要である。 ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見やすさを継続的に検討することが必要である。また、特に組織強化については、協業先との事業展開の強化も必要である。
②-33	広島県飲食業生活衛生同業組合	受動喫煙防止対策事業	1,417	8割以上が受動喫煙対策に未対応だったものが、本事業の実施により、約5割がステッカー表示による受動喫煙対策を行うようになり、着実な進展が見られたことは評価できる。	アンケートでは、約40%の回答者が手元にステッカーが届いていないと回答しているので配付状況の確認をすることが必要である。また、組合の重点活動項目としての位置付けを維持し、ステッカーの配布のみならず、セミナーでの補足説明をさらに強化することも必要である。
②-34	鹿児島県料飲業生活衛生同業組合	わかりやすいパンフレットによる組合加入促進事業	1,758	作成されたパンフレットは、コンセプトどおり漫画を用いて大変分かりやすく組合組織や加入のメリットを説明する良いツールとなっているので評価できる。	本年度中の加入には繋がらなかったものの、本事業を通じてアプローチし接点ができたとする事業者に対するフォローアップをすることで、事業成果を高める努力に期待する。パンフレットの有効配布方法のさらなる検討をし、多くの組合員候補者の目に触れることで、今後の成果につなげることが必要である。また、新規加入と併せて、離脱者や廃業者の抑制についても働きかけも検討することも必要である。
②-35	沖縄県飲食業生活衛生同業組合	「しまグルメ」を活用した加盟店への観光客誘客プロモーション事業	1,300	作成したチラシ、ミニのぼりやクーポンを県内のホテルやレジャー施設で配布するなどの工夫がされており、目標を上回る集客効果を上げていることは評価できる。	クーポンカウント数の集計表資料からは、チラシクーポンが約85%、携帯クーポンが約15%となっているので、今後、ホームページ「しまグルメ」を集客にどのように活用していくかを検討するにあたっては、この数値の意味を考えることが必要である。また、外国人がどのような経路でサイトにアクセスするかを念頭に、外国人向けのサイト誘導を検討することも必要である。
②-36	福島県すし商生活衛生同業組合	各生衛組合及び行政との連携による組合組織拡充事業	902	各支部ごとに組合加入店舗の目標数を設定し、勧誘活動を行っており、パンフレットを作成し配布を通じて、積極的にPR活動を行っていることは評価できる。	作成されたパンフレットの内容は、各組合のチラシをまとめたものにとどまっておき、もっと工夫が必要である。保健所等の行政機関との連携により、組合未加入者にパンフレットを配布したことは、一定の成果として評価できるが、その結果、組合組織に対する理解が深まったのかなどについて、組合加入者の推移等で検証することが必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
②-37	茨城県すし商生活衛生同業組合	県産食材を活用した寿司「漫遊すし」による経営安定化事業	574	メニュー化の取組の推進によりメニュー定着に一定の進展がみられ、特に航空便にチラシを入れることができるなど、認知度について徐々に高まってきていることがうかがえることは評価できる。	本事業のような取組は、経営の安定化につなげていくという本来の目的達成の為に、一定の期間とその間のためまぬ工夫・努力が不可欠である。組合員が「もうやめよう」というまで徹底した宣伝活動や観光ツアーとのパック化など地道な取り組みを続けることが必要である。勉強会の回数と参加者数をもう少し多くし、開催地点も複数化するなど、勉強会への参加人数増加のための広報強化をすることが必要である。
②-38	新潟県すし商生活衛生同業組合	シニア層向けメニュー開発・サービスの向上と普及	1,488	「シニアサービスデー」を高齢者向けサービスと定め、一定の参加店舗数を確保し、来店数も3,000名を超えるなど、着実な成果を残していることは評価できる。	単純な割引制度で終わらないように、シニア層への訴求を引き続き検討して、サービスデー参加店の拡大と高齢者に対する周知を徹底し、事業成果の拡大に努めることが必要である。開発したメニューがシニア層の健康増進につながれば、社会的に大変意義のある事業となるものと期待できる。
②-39	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	6,530	料理に関するネットサイトと組合のホームページによるネット対応の強化、ホームページ上に特設サイトも設けているなど、オリジナルレシピの開拓と発信が積極的になされていることは評価できる。	鶏肉知識の普及については、一定の成果が認められるが、クックパッドと連携したキャンペーン等による集客効果についての検証がなされていない。このコンテンツ開拓を通じて、より魅力的なものにすることが必要である。また、この事業が、組合員の集客につながっているのかといった検証を行うことで、客観的に効果が認められるのであれば継続していく意味もあるが、客観的な効果が認められないのであれば、別の方策を検討することも必要である。
②-40	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	3,070	事業計画どおり消費者を対象とした講習会が行われ、アンケート結果からも分かるように鶏肉の知識の普及がされていることは評価できる。	鶏肉知識の普及については、一定の成果が認められるが、クックパッドと連携したキャンペーン等による集客効果についての検証がなされていない。このコンテンツ開拓を通じて、より魅力的なものにすることが必要である。また、この事業が、組合員の集客につながっているのかといった検証を行うことで、客観的に効果が認められるのであれば継続していく意味もあるが、客観的な効果が認められないのであれば、別の方策を検討することも必要である。
②-41	山形県喫茶飲食生活衛生同業組合	外国人観光客を対象とする喫茶飲食店・観光スポットガイド作成事業	1,503	作成された観光スポットガイドはエリアごとに整理され、当該エリアの観光スポットの紹介にあわせ、お店の位置が確認できるものであり、外国人観光客が活用しやすい作りとなっていることは評価できる。	観光スポットについては、外国語表記されているが、マップの記号の意味など重要な部分が外国語表記されていないので検討が必要である。
②-42	福島県喫茶飲食生活衛生同業組合	シニア客を呼び込むためのフレッシュアップ喫茶事業	748	シニア世代の意識・意向調査を実施し、シニア向けメニュー開発講習会の開催などの実施により、経営の安定化に繋げる試みは評価できる。	作成したステッカーが掲示されている店舗が具体的にどのようなシニアサービスを展開しているのか不明である。開発したメニューなのか、サービスの取組なのかを明確にし、当初計画に照らした整理が必要である。
②-43	埼玉県喫茶飲食生活衛生同業組合	喫茶業後継者育成事業・珈琲教室の開催	150	アンケート結果からも珈琲教室、喫茶店経営教室の評判が良く、珈琲教室をきっかけに、受講者の中から実際に障害者と画廊喫茶を開店することとなるなど、着実な成果が出ていることについて評価できる。	消費者向けの珈琲教室については、授業内容のレベルが高く地域消費者の高いニーズがうかがえるものであり、受講者からの費用負担の意向も見られたため、最終的には補助金事業としてではなく、受講者に費用負担を求めるなどの検討が必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
②-44	広島県喫茶飲食生活衛生同業組合	情報発信力の強化による組合の組織強化と加入促進に資する事業	1,273	残念ながら本年度における組合加入実績を残すことができなかったが、本事業により構築したホームページやパンフレットを使って継続的に実施していくことで、一定の成果が見込まれるので今後につながる事業として評価できる。	報告書の課題点の欄には、未加入事業者のニーズ分析などが適切に行われているので、現在、ホームページの組合員紹介ページの登録を整備し、情報発信による組合員の勧誘については、すぐには効果は表れないが粘り強く取り組むことで、これから新規組合員を増やしていくことを期待する。また、ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見やすさを継続的に検討することが必要である。
②-45	東京都中華料理生活衛生同業組合	①からだに優しい中華料理（女性向け美味しく食べるダイエットメニュー）の開発・発信、普及②後継者の育成（中華料理店の魅力の再創出）	1,385	事業は計画どおりに実施されており、ダイエットメニューのみならずヘルシーメニューを開発し、新規女性客の来店による売上については、7%程度の向上が見られるなど、一定の成果を確認できていることは大いに評価できる。また、料理講習会のスケジュールにも改善がみられ、参加者延べで383名を確立し、着実に実施されているので評価できる。	本事業内容から、「情報発信」の部分が不足しているように思われる。ホームページ等を通じた情報発信だけに頼るのではなく、ダイエットメニューという概念を前面に打ち出す店内POPを作成するなど、利用者に対する遊及を高める必要がある。また、ホームページの作成による情報発信は、常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見やすさを継続的に検討することも必要である。
②-連1	滋賀県公衆浴場業生活衛生同業組合	地域銭湯を核とした生衛業による地域コミュニティ再生と生衛業振興事業	1,128	地域コミュニティ内の生衛業間の連携がなされており、公衆浴場を利用した毛髪診断、映画教室、コーヒー教室などのユニークな企画が展開されている。今回はプレ事業ということで様々な試行錯誤があつて当然であるが、連携が容易な業種とそうでない業種があり、今後の連携事業の展開のための分析も十分できているので評価できる。	数か所の公衆浴場を選定し、地域コミュニティセンターの位置付けとして、各種生活衛生営業の業務内容を活用した事業であるが、今後、継続的展開をする上で、この事業で得られた成果・教訓を活かし、公衆浴場以外の場を選定した取組を考へて、事業に参加する異業種の利用者増につながるような工夫も必要である。
②-連2	大分県美容業生活衛生同業組合	地域で暮らす高齢者活粋（イキイキ）ライフ応援事業	1,916	事業は高齢者に応じたサービスの提供を計画どおりに実施されており、アンケートから次年度以降の課題を明確にするなど、順調な事業進捗が確認できるので評価できる。	高齢者に向けたサービスを提供できるサロンの継続的な運用と高齢者ニーズの把握をさらに進め、今後、さらなるサービス提供を定着させていくためのビジネスモデル作りが課題になる。
②-連3	香川県食肉生活衛生同業組合	かがわ発 食のサービス・生衛業魅力UP事業	1,759	連携生衛業組合が軸となった横のつながりが体制化されており、地域ブランドとしての香川ブランドの創造が地域生衛業間の連携の形で企画され実行されている。セミナー受講者にアンケートを実施し、勉強会の開催と参加者の確保がなされており、アンケートにより、満足度が高かったものと評価できる。	事業が目指す最終目的が、消費者に対し生活衛生業の魅力伝えることなのか、地域食材の素材を最大限に引き出す香川ブランドの提供なのかを明確にし、売り込んで行く方法を整備することが必要である。
②-震1	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	3,040	事業目的である新規組合加入については、十分な成果とは言いがたいが一定の成果・進捗が確認できる。特に、被災地の現状把握が進み、今後、組合としてどのような取組を進めていくべきかを明確にできたことも大きな成果の1つとして評価できる。復興インストラクターが23名養成できたことは大きい。次年度に事業を行うにしても中心となる核ができあがったものと評価できる。	被災地という特殊な環境下において、組合を通じた情報提供・再建支援といった取組は困難なことであるが必要性は高く、被災地事業者の声に耳を傾け、復興支援インストラクターの育成にさらなる力点を置き、十分活用できる事業として、ニーズに沿った取組を展開していくことが必要である。

■平成26年度生活衛生関係営業対策事業費補助金〈組合・連合会、連携、全セ、震災〉事後評価結果

No.	事業計画者名	事業名	交付決定額 (千円)	審査コメント（評価できる事項）	審査コメント（今後に向けて助言）
②-震2	宮城県寿司商生活衛生同業組合	被災地すし店の復興応援と外国人客の迎え方	4,396	<p>地域人口の減少が重大な課題となっている被災地において、今後、外国人観光客の誘致は重要な施策である。そのような中、被災地営業者を対象にその受入体制を進めるための取り組みであり、必要性の高い事業として評価できる。</p> <p>英語のホームページは完成度が高く、PRに高い効果が見込まれるもので評価できる。</p>	<p>事業としては、一部追加事業はあったものの復興支援としての外国人客の迎え方事業は進展があったといえるが、事業が目指す最終目的が、「被災地すし店の復興支援」なのか、「宮城県すし業の振興」なのかを明確に切り分けたうえで、今後の事業展開を整備することが必要である。</p>
②-震3	福島県食肉生活衛生同業組合	県産食肉の信頼回復・食肉販売店への経営支援事業	6,696	<p>講習会参加者を対象とするアンケート結果から、県産食肉に関する風評被害についての正しい知識の普及はできたものと考えられ、複数のチャンネルで安全をアピールしているのは効果的であると評価できる。</p> <p>地道な事業であるが引き続き同様のアピールを続けることは重要であると考え。</p>	<p>ホームページの作成による情報発信は、さらなるアンケート結果の分析を行い常に新しい情報に更新していく体制を整備することやリンク先の開拓及び見易さを継続的に検討することが必要である。</p>