

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会（その2）

実施事業名称 クリーニング事業承継システム検討事業

目的

クリーニング業はもともと、徒弟制度を背景に「のれん分け」という形での新規開業により発展してきた業種である。しかし、昭和30年代後半から始まった取次店システムの導入や機械化の進展により徒弟制度はほとんどなくなり、それに伴い現在では新規開業もほとんどなくなっている。

のれん分けによる開業は、終戦後から30年代前半にかけてが中心で、かつ個人経営が大半を占めている。このため、現在では経営者の高齢化が進み、後継者不在による廃業が加速化してきている。個人経営であるがゆえに、後継者イコール子息という枠から離れられないという背景が指摘できる。

しかし、このまま新規参入が殆んどなく、子息が事業を承継しないケースが続けばクリーニング業界は先細りしていく一方であるばかりか、本業の特色である地域密着性も損なわれ、ひいては利用者の利便性や利益にも悪影響を与えることも懸念される。

そこで、数十年以上にわたって築きあげてきた店舗・工場、顧客の信頼といったハード・ソフト両面を廃業という形で「無」にするのではなく、血縁関係になくてもやる気のある第三者（特に若者）に譲渡または貸与することができるシステムの構築を目指す。

システムが構築された後には、都道府県組合をこうしたニーズのマッチングや契約仲介を図る機関として機能させることで、組合組織の活性化にも大いに役立つことが期待できる。

実施内容

(1) 中小企業診断士、業界関係者等で構成する委員会を設置し、クリーニング事業者の事業承継に関する意識調査結果をもとに、クリーニング事業者の事業承継の課題を明確にするとともに、円滑な事業承継を行うために必要な知識を取りまとめたガイドブック及び報告書を作成した。

【開催回数】年5回

(2) クリーニング事業者の事業承継に関する実態・意識を把握するため、クリーニング事業者を対象としたアンケート調査を実施した。

① クリーニング事業者向け書面調査

対象：組合所属青年部員（850名） ※回答数…310名（回収率36.5%）

調査方法：書面郵送方式

実施時期：平成21年7月1日～9月7日

② ヒアリング調査

対象：都道府県組合理事長等

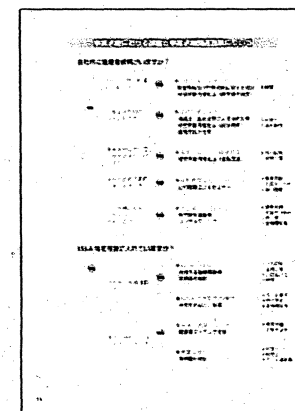
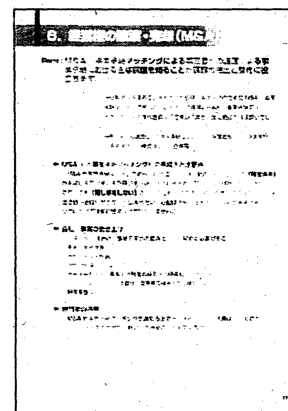
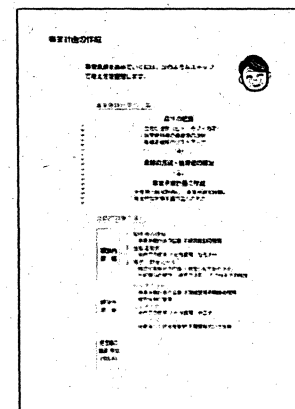
調査方法：上記対象者への面談聞き取り調査

実施時期：平成21年11月12日

(3) 調査の結果から概ね以下のことが明らかとなった。

- ① 当初計画していた廃業を視野に入れた事業者の事業資産を第三者に譲渡・売却するためのマッチングシステムについては、色々と検討を重ねたが、事業者自身の受け入れ意識、職住一体となった住環境、専門知識、システム構築のコスト面等、多くのハードルが内在することから、組合等がその役割・機能を短期的に整備することは困難との結論に達し、継続検討を進めることとなった。
- ② 一方で事業者調査結果等から、子息等が後継者として内定しているものの具体的な承継方法が分からず、曖昧なままの状態であるケースが多いことが明らかとなった。実際、後継者が経営をバトンタッチしたのは前経営者の死去によるタイミングが半数以上を占める実態等が明らかになったことから、今年度は主に円滑な事業承継を行うためのマニュアル作成に主眼を置くこととした。

(4) 事業承継ガイドブック及び報告書を作成し、都道府県組合役員、青年部員等に頒布し、普及を図った。



クリーニング業における事業承継ガイドブック

- (5) 事業承継ガイドブックをもとに事業承継に関する講習会を4回開催し、事業承継に関する知識の普及を図った。

主たる対象者・事業参加者の感想

- (1) これまでは、どちらかというと漠然と事業承継のことを考えていたが、事前準備を含めやるべきことがたくさんあることが理解できた。
- (2) たとえ、親子間であっても専門家を交えてしっかりと話し合いを進めていかないと承継後にトラブルが発生するリスクがあることが分かった。
- (3) 廃業を考えていたので事業承継のことは考えていなかったが、他の仕事についている息子にも相続面等からしっかりと準備しなければいけないことを伝え、話し合っていきたい。
- (4) 子供以外の第三者への譲渡・売却について検討を進めているとのことなので、是非具現化してほしい。
- (5) 専門家に相談することが大切ようだが、やはりある程度のところまでは組合や県の指導センターが相談窓口を設置してくれるとありがたい。

連合会総括

- (1) 当初計画では報告書のみを作成を予定していたが、広く普及することを目的に入門編としてのガイドブックを2,000部作成したほか、3回の開催を予定していた講習会も、業界全体の問題としてしっかり理解してもらえよう、全国の組合理事長が参集する会合においても講演を組み入れることとした。
- (2) こうした展開により、組合員に事業承継に対する意識や必要な準備に関する知識は確実に普及することができた。今後は、今回作成したガイドブック等をベースに、まずは親子間での承継の円滑化が進むことが大いに期待されることであり、本事業がクリーニング業界にもたらす効果は大きいものと考えられる。
- (3) また前述のとおり、廃業の進展により地域のクリーニング店が減少していくことは公衆衛生上の観点からも望ましくないことから、引き続き第三者への譲渡・売却を推進するためのマッチングシステムの検討を継続していくこととする。
- (4) なお、委員会において、事業承継の問題はクリーニング業に限った問題でなく、他の生衛業についても同様の重大テーマであることから、専門家による相談窓口の設置やマッチングシステムの構築については、全国生活衛生営業指導センター並びに都道府県生活衛生営業指導センターでその機能を具備すべきでは、との意見もあった。

全国食肉生活衛生同業組合連合会（その1）

実施事業名称 小売店舗の経営セミナー基礎講座事業

目的

全国の食肉組合の実態調査から食肉専門店は、営業者の高齢化と後継者不足により、それに伴い生衛組合の組合員の減少も一途をたどっていることが明らかになった。昨年度においても人材育成事業として本事業を実施したところ、非常に好評を博し、組合未加入者の組合加入のきっかけとなった事例も報告されている。

全国食肉連合会では、生衛組合の組織強化・活性化の将来ビジョンとして「店の経営に係わる情報の提供及び講習会、人材の育成事業の推進」を掲げており、本年度も品質管理や原価計算等の店舗経営の基礎について若手後継者を対象とした講習会を開催することにより、組合員店舗の経営改善と若手後継者の育成と資質向上を図ることを目的とする。

実施内容

- (1) 全国の食肉組合加盟店を対象に、「小売店舗の経営セミナー基礎講座」を都道府県の食肉組合と連携し、全国19ヶ所で開催し、営業者の資質の向上を図った。なお、本年度は、特に後継営業者である若手営業者を受講対象者の中心として実施した。



経営セミナー基礎講座

(2) 基礎講座の主な研修内容

- ① 「食肉の品質管理・衛生管理」品質管理の基本、衛生管理の実務
- ② 「精肉の値入と原価計算」原価計算の仕組み、部分肉から精肉の原価算出等
- ③ 「施設設備の衛生管理」関連法規、公正取引規約

(3) 基礎講座実施実績（受講者数：563名）

開催地	開催日	受講者数
東京都	平成21年10月26日	28名
	平成21年11月10日	25名
	平成21年11月20日	31名
千葉県	平成21年10月30日	27名
群馬県	平成21年11月11日	28名
静岡県	平成21年11月6日	20名
熊本県	平成21年11月24日	32名
大阪府	平成21年11月19日	31名
福岡県	平成21年11月18日	39名
鹿児島県	平成22年1月14日	20名
岩手県	平成22年2月1日	30名
兵庫県	平成22年2月4日	19名
長野県	平成22年2月10日	33名
岐阜県	平成22年2月17日	30名
大分県	平成22年2月12日	25名
福島県	平成22年2月2日	34名
香川県	平成22年2月3日	39名
山形県	平成22年2月18日	42名
	平成22年3月11日	30名

4 衛生水準の向上・環境保全を図るための事業

主たる対象者・事業参加者の感想

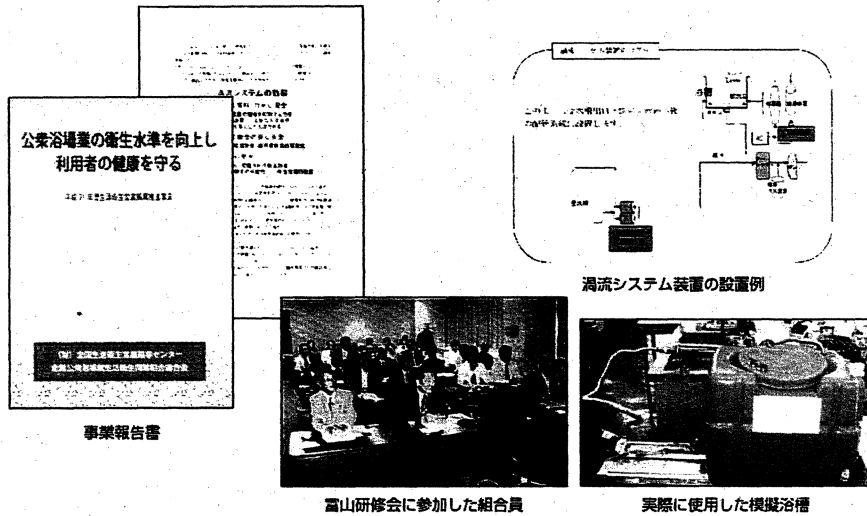
- (1) 平成22年3月19日に企画・検討委員会を開催し、受講者に対して実施したアンケート結果について協議を行った。
原価計算の仕組みや考え方、品質管理の重要性については、経営していく上で最も大切なことであるが、「改めて再確認した」との声が多いことに事業の実施効果は認められるものの、戸惑いもあった。
- (2) 本年度においては、若手経営者を中心に受講者の募集を行ったことに対しては、多くの組合から評価を得ることができた。このような講習機会を組合事業として実施することにより、個々の資質の向上のみならず、組合組織としての強化・活性化にもつながるとの指摘が多かった。

連合会総括

- (1) 若手組合員を対象に計画的・体系的な教育研修を行うことにより、組合員個々の経営の安定化を図るとともに、次世代の業界を担う人材の育成に大きな成果を残すことができた。
- (2) 食の安全・安心が求められる昨今、個々の組合員の経営の安定化、衛生水準の向上に関する様々な研修会等を企画・実施していくことが今後の業界振興には欠かせないと再認識する良い機会であった。次年度以降も、本事業のノウハウを活用してより一層の事業促進につなげていきたい。

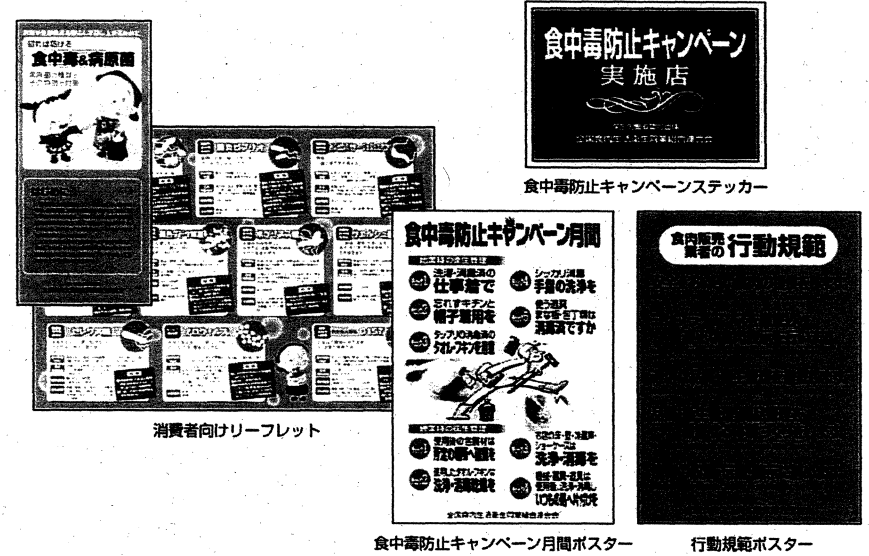
全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会…………… 119

実施事業名称：渦流水システムのレジオネラ属菌抑制プロセスの検証及びボイラー配管の洗浄効果が燃費に及ぼす影響調査事業



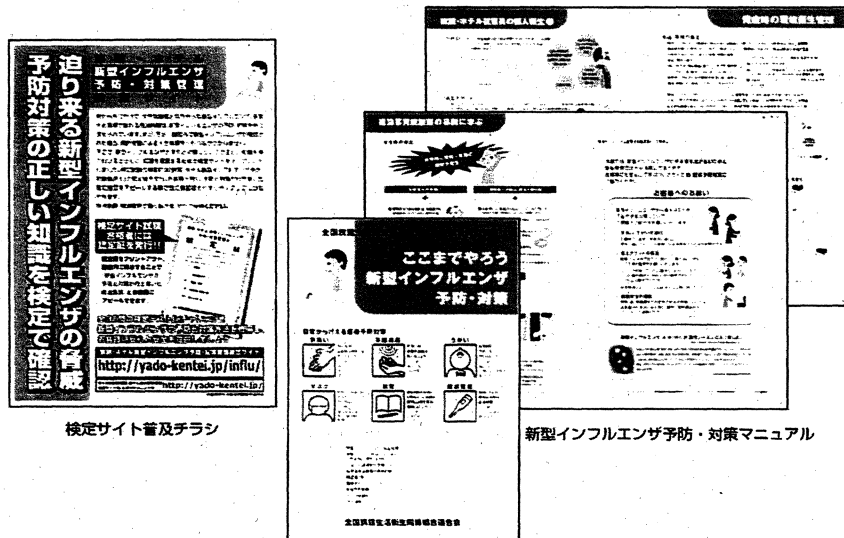
全国食肉生活衛生同業組合連合会（その2）…………… 126

実施事業名称：食中毒防止キャンペーン事業



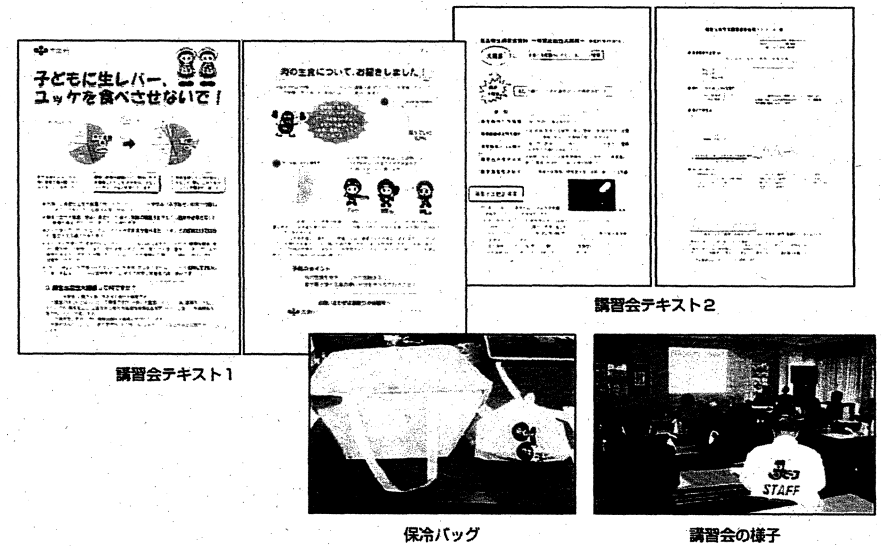
全国旅館生活衛生同業組合連合会（その1）…………… 123

実施事業名称：新型インフルエンザに負けない旅館ホテルづくり事業



大阪府食肉生活衛生同業組合…………… 129

実施事業名称：衛生管理・コンプライアンス講習会事業



全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会

実施事業名称 渦流水システムのレジオネラ属菌抑制プロセスの検証
及びボイラー配管の洗浄効果が燃費に及ぼす影響調査事業

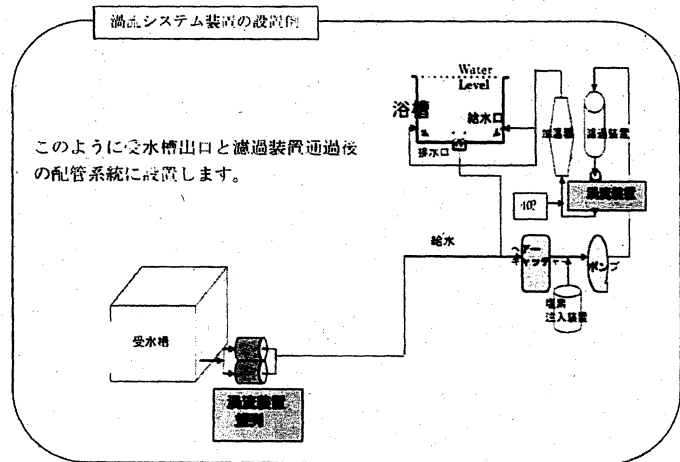
目的

公衆浴場における衛生環境の整備は、「安心の社会」を実現するためにも、緊急かつ重要な課題である。レジオネラ菌の繁殖抑制のためには、毎日の掃除と薬剤投与に頼っている状況であるが、当組合が昨年度の振興推進事業において取り組んだ、渦流水システムがレジオネラ菌の繁殖を抑制し、洗剤を使わなくても排水溝を浄化できることが実験的に示された。レジオネラ菌は公衆浴場にひとたび持ち込まれば急速に増殖していくことが知られているが、細菌の増殖を抑制する有効なプロセスは未だ十分に解明されていない。

そこで、今年度の振興事業では浴槽の汚れを分析し、渦流水システムのその洗浄プロセスを解明するとともに、レジオネラ菌の繁殖を抑制する環境の構築を研究する。また、組合員を対象に研究・研修会を開催し、本事業の成果を組合員に環流して、レジオネラ菌などの衛生知識を向上させる。

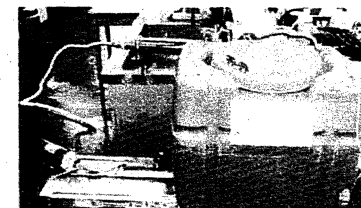
実施内容

- (1) 本事業の実施にあたっては、連合会役員で構成する推進委員会を設置するとともに、専門的な検証実験については、鳥取大学医学部及び株式会社イルカカレッジに委託して実施した。
- (2) 東京都内の公衆浴場に渦流水システムを設置し、使用前後の湯質に与える影響を比較した。



渦流システム装置の設置例

- ① 現地調査
検証を行うにあたり、現状の塩素投入量・残留塩素・結合塩素・pH・温度・人数・ピーク時間帯及び消毒方法についての現地調査を行った。
- ② 分析調査
渦流水システム使用前後の浴場水について、鳥取県保健事業団検査室においてトリハロメタン生成能、クロラミン（相当量）、濁度、過マンガン酸カリウム消費量を分析比較した。
その結果、渦流水システムの導入により、塩素に頼りすぎることなく一定の衛生状態を保つ可能性が確認された。
- (3) 鳥取大学医学部において鳥取県内の公衆浴場から残り湯を採取し、模擬浴槽の中で循環させ公衆浴場を想定した検証を行った。模擬浴槽の中では汚れの形成状態を経過観察するとともに、レジオネラ属菌を投入しその繁殖プロセスを観察した。



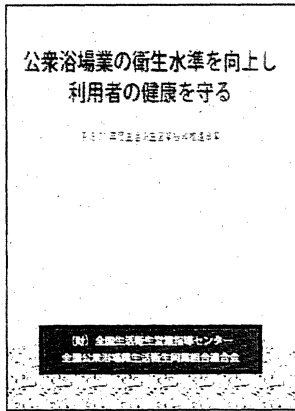
実際に使用した模擬浴槽

- ① スメリ物質の検証
残り湯を模擬浴槽で循環することによって形成される付着物（指標項目：全有機炭素）を測定し、浴槽壁に付着していくプロセスを観察し、渦流水システムの利用した場合には付着しにくいことが確認できた。
- ② レジオネラ属菌の検証
残り湯にレジオネラ属菌を投入した後、模擬浴槽で循環することによってレジオネラ属菌が増殖していくプロセスを調査した。渦流水システムを利用した場合には、レジオネラ属菌の増殖を大幅に抑制されることが確認できた。
- (4) 上記の調査・検証結果をもとに全国3ヶ所において研修会を開催した。
 - ① 富山会場（参加者数：51名）
 - ・「医学・生物学から見た現在の課題と将来展望」（鳥取大学医学部長 井上 貴央）
 - ・「渦流水システムの仕組みと温浴効果について」（㈱イルカカレッジ 朝山 規子）

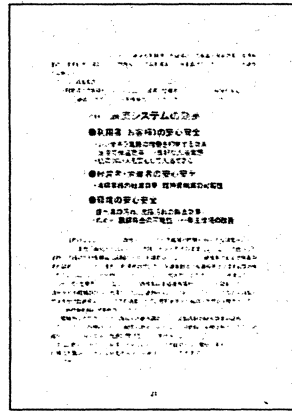


富山研修会に参加した組合員

- ② 神奈川会場（参加者数：56名）
 ・「医学・生物学から見た現在の課題と将来展望」（鳥取大学医学部長 井上 貴央）
 ・「渦流システムの仕組みと温浴効果について」（㈱イルカレッジ 朝山 規子）
- ③ 福岡会場（参加者数：72名）
 ・「衛生・環境に貢献できる渦流システムの効果」（鳥取大学医学部准教授 田中 俊行）
 ・「渦流システムの仕組みと温浴効果について」（㈱イルカレッジ 朝山 規子）
- (5) 調査・検証結果を含む本事業の報告書を作成し、組合員等に配布し、渦流システムの効果、衛生に関する知識の普及を図った。
 作成部数：1, 200部



事業報告書



連合会総括

- (1) 公衆浴場の衛生水準の維持・向上のために、従来、清掃の徹底と塩素の投入による殺菌方法を推奨してきた。しかしながら、塩素を利用することにより、発がん性の可能性が指摘されているトリハロメタンや臭気物質の沈着により不快感のもととなるクロラミンが形成されるため、塩素等の薬剤に頼り過ぎない衛生管理方法を究明する必要がある。本事業では、渦流システムがレジオネラ属菌の増殖の原因となるヌメリや汚れを浴槽内外に付着しにくくする傾向があることが認められ、そのことは、塩素等の薬剤の過剰投与を防ぐ効果に期待がもてることとなった
- (2) 営業者は入浴者数や汚れ具合に応じて塩素を自動投与する傾向にあるため、本事業で検証された塩素の結合物質が浴槽内において形成される現象を組合員に周知し、塩素系殺菌剤の濃度の上限設定などの指導の必要性も痛感した。
- (3) また、研修会では、レジオネラ属菌の構造やウイルス繁殖の仕組みについて専門家から分かりやすく学ぶことにより、安心してより良い浴場環境を作り出すことができると好評であった。今後ともこのような研修会を他の地域でも開催し、全国の公衆浴場事業者の衛生知識の向上を図っていくこととしたい。
- (4) 本事業をもって検証が終わった。今後は本システムの実用化に向けた検討が課題となる。

主たる対象者・事業参加者の感想

- (1) 渦流システムの設置により、清掃作業の軽減と配管内の清掃費用が軽減されることなどが興味深い。（富山会場研修会参加者）
- (2) 渦流システムの保温効果やレジオネラ菌の繁殖抑制効果は素晴らしいと思った。このような設備が安価で公衆浴場に設置できれば良いと思う。（神奈川会場研修会参加者）
- (3) 研修会では、渦流システムだけでなく、レジオネラ菌の発生原因、増殖過程等についても良く理解でき、ようやく相手の顔が見えたという感じ。当県においても研修会に参加できなかった組合員を対象に講習会の開催を検討したい。（福岡会場研修会参加者）
- (4) 塩素と残り湯の間で毒性物質が発生するとは予測していなかった。塩素消毒に頼りすぎることにより健康被害が予測されることが今回明確になったため、渦流システムの毒性物質の発生抑制効果に期待する。（渦流システム設置浴場事業者）
- (5) 渦流システムの効果であることが明確でない点もまだあるが、渦流システムの導入による効果は一定の検証ができたものとする。（分析担当者）

全国旅館生活衛生同業組合連合会（その1）

実施事業名称 新型インフルエンザに負けない旅館ホテルづくり事業

目的

5月に国内で新型インフルエンザの感染が初めて確認されて以来、関西を中心に旅館・ホテルの宿泊予約のキャンセルが相次ぎ、今後、全国的に感染者が広がることが予想され、季節性インフルエンザの流行する冬季には最悪の事態も懸念される。新型インフルエンザの発生時には感染の広がりを抑え被害をできる限り小さくするために個々の施設が必要な準備を進めることが大切であり、現場施設の衛生の維持管理に万全を期すよう、その周知普及の徹底を行い、自主的な衛生管理の確立をもって、衛生水準の向上に寄与する旅館ホテルの普及を図ることを目的とする。

実施内容

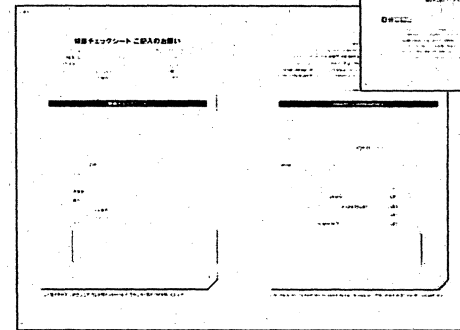
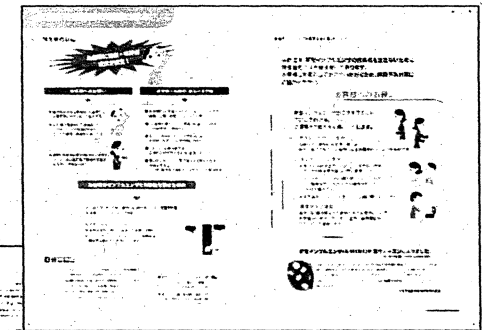
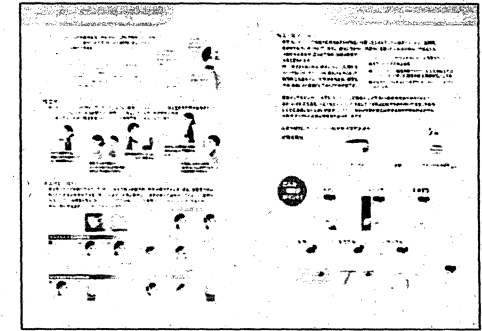
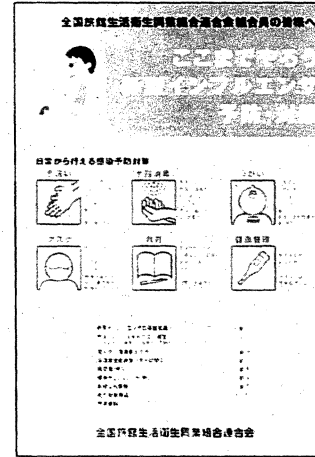
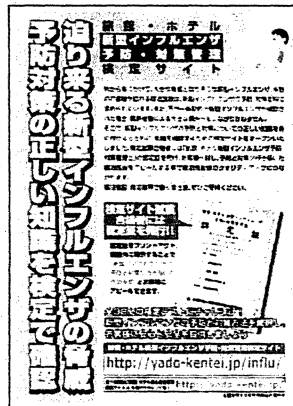
- (1) 連合会役員、学識経験者等で構成する新型インフルエンザ対策委員会を設置し、新型インフルエンザ対策マニュアルの内容について検討を行った。（年7回開催）
- (2) マニュアルの内容については、厚生労働省及び国立感染症研究所の協力を得て、新型インフルエンザ対策マニュアルを作成、配布することにより新型インフルエンザ対策に関する正しい知識の普及を図った。

マニュアル作成部数：23,000部

- (3) また、同マニュアルをもとに、新型インフルエンザ予防・対策管理検定試験問題を作成し、過年度からホームページ上で運営している検定試験サイトに追加することにより、普及効果の向上に努めた。（<http://yado-kentei.jp/influ/>）
- (4) 新型インフルエンザ対策について必要な知識の普及のため、組合員を対象に全国4ヶ所において専門家講師を招いての研修会を開催した。

- ・大阪会場：平成21年10月19日
- ・愛知会場：平成21年10月20日
- ・沖縄会場：平成21年10月20日
- ・東京会場：平成21年10月26日

検定サイト普及チラシ



新型インフルエンザ予防・対策マニュアル

主たる対象者・事業参加者の感想

【新型インフルエンザ対策研修会参加者の感想】

- (1) ゴールデンウィーク明けに始まった前代未聞の出来事が、このような結果をもたらすとは思ってもよらなかった。季節的に夏休みにかかり、特に私ども海沿いの愛知県組合員は書き入れ時を迎えてのことで、様々な情報が乱れ飛び、キャンセルが続く中で各組合員はどうすればいいのか右往左往するばかりであった。国や県からは、「うがいを怠るな、手を確実に洗え、マスクをするように」とかの注意喚起の文書はたびたび送られてきたが、「旅館やホテルの利用者に感染者がいた場合に具体的にどのように対処すればいいのか」という一番知りたかった情報を得ることのできたセミナーであった。

(2) 沖縄県では、8月の夏休みの真っ最中である3・4週に新型インフルエンザ定点報告数が46.31となり、ほとんどパニックのような状態に陥ってしまった。今では、季節性のインフルエンザと同程度のものであり、手洗い・うがいを励行すればよいというようになってきたが、8月の段階では恐怖心を煽るような報道も多く、ホテルでの宿泊客受け入れには大変苦慮した。その時の経験を踏まえて今回のセミナーに参加したが、改めて対応の仕方を再確認することができ大変勉強になった。また、全国連合会本部を通じて、国への要望などもお願いすることができ、有意義なセミナーであった。

連合会総括

- (1) 「旅館・ホテル新型インフルエンザ対応マニュアル」の作成や説明会を開催するにあたり、厚生労働省や国立感染症研究所の専門家の話を聞ける機会に恵まれたことで、担当委員会として旅館・ホテルの従事者が職務を遂行する上で必要な衛生管理上の知識を深めることができた。
- (2) 検定サイトの試験問題は、新型インフルエンザの予防と対策に関する全30問となっており、多くの関係者が受験しやすくするため、全問、表記の説明が「正しい」か「誤っている」かの二択式にした。連合会公式サイト「宿ネット」からもリンクを張っているので、経営者のみならず多くの従事者にも挑戦してもらい、理解を深めてほしいと願っている。
- (3) 本連合会としては、一昨年度の「旅館・ホテル安心安全管理マニュアル」、昨年度の「検定サイト」、本年度の「新型インフルエンザ対応マニュアル」を通して旅館・ホテルの従事者に「安心・安全の宿づくり」のために大いに役立てて頂きたい。
- (4) 今後は、特に厨房の衛生管理など、旅館・ホテル施設に従事する調理師を対象としたノロウィルス等による食中毒及び感染症対策について取り組んでいきたいと考えている。

全国食肉生活衛生同業組合連合会（その2）

実施事業名称 食中毒防止キャンペーン事業

目的

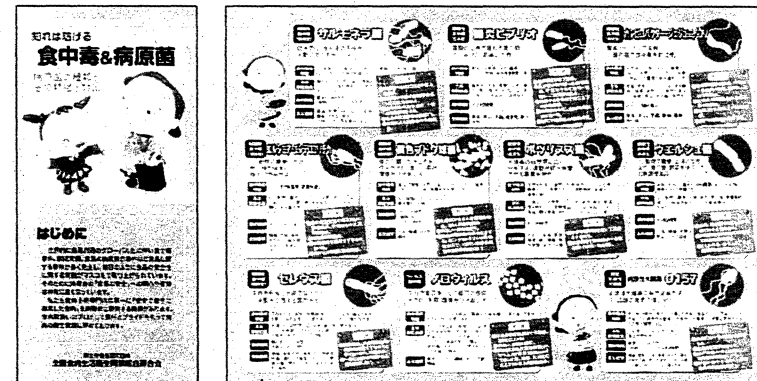
世界的に食品流通のグローバル化に伴い消費者を巻き込んだ食中毒事件、BSE問題、食品の偽装表示など食品に関する事件が発生し、毎日のように食品の安全性に関する問題がマスコミで取り上げられている。私たち食肉小売専門店は、「安全で衛生管理を徹底した食肉」を消費者に提供する義務がある。

そのため、食肉小売専門店が衛生管理の行き届いた品質の良い食肉を提供と信頼される衛生的な施設と知識の普及の心得を消費者に分かりやすく広報し、来店された顧客にも食中毒防止のキャンペーンに参加して、衛生環境の保全に務めることを目的とする。

実施内容

- (1) 全国43組合を通じて食肉小売店に対して衛生管理とコンプライアンスの徹底を図る。更に来店する顧客（消費者）を対象に「知れば防げる食中毒&病原菌」のリーフレットを配布しキャンペーン運動を実施し、消費者の食中毒に対する認識を高め、衛生水準の維持向上を図った。

作成部数：748,000部



消費者向けリーフレット

(2) 組合員を対象に衛生対策の徹底を図る「食中毒防止キャンペーン運動」を実施するとともに、「食中毒防止キャンペーン実施店」ステッカー及び「食中毒防止キャンペーン月間」ポスターを店頭に掲げることに伴って、店主、従業員家族などが衛生管理の規則を認識し、常に施設の衛生管理に活かし、かつ、消費者に分かりやすい自主管理の行き届いた施設の広報に役立てた。

ステッカー作成部数：9, 330部
 ポスター作成部数：9, 540部



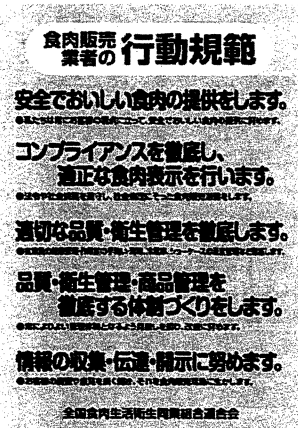
食中毒防止キャンペーンステッカー



食中毒防止キャンペーン月間ポスター

(3) 表示偽装などがマスコミに取り上げられ大きな問題となっているため、食肉販売店として、消費者に「行動規範を遵守」のポスター作成しながら消費者の擁護に務めていることを店頭に表示し、更なる「安心・安全」に取り組む姿勢を広報した。

ポスター作成部数：9, 900部



行動規範ポスター

主たる対象者・事業参加者の感想

- (1) 消費者向けリーフレットについては、商品と一緒に一言声をかけながら配ると大変喜ばれる。特に最近では、夏場の暑さが厳しいこともあり、消費者も食中毒に対する意識が高まってきていると思う。
- (2) 今回、配布して頂いたポスター、ステッカー等は、中小零細の企業ではなかなか作ることが難しい。折角一所懸命に取り組んでいることをアピールする良い機会だと思う。
- (3) 行動規範ポスターの内容は当たり前のことであるが、その「当たり前」が一番重要であり、忘れがちなことである。店内に掲示することにより、従業員一同意識を高めることができる。

連合会総括

- (1) 食肉業界にとっての「安全・安心」への取り組みについて、食中毒防止は重要な一項目である。本事業で業界が一丸となって取り組むことにより、営業者と消費者の食中毒防止への意識の向上を図ることができた。
- (2) 感想にもあるように、個々の販売店において店頭ポスターや顧客向けリーフレットを作成することは非常に困難であり、そのような中で、連合会としてこれらを作成し、徹底を図ることができたことは、改めて組合員の組織に対する意識の向上にも効果があったと考える。

大阪府食肉生活衛生同業組合

実施事業名称 衛生管理・コンプライアンス講習会事業

目的

平成20年における国内の食中毒事故は、1,369件、24,303名の事故が発生しており(厚生労働省HPより)、昨今では、カンピロバクター菌による食中毒の注意喚起等がなされている。

食肉業界においては、食品・営業施設の衛生管理をはじめ、適正表示等のコンプライアンスの徹底が求められていることから、食品の衛生管理や表示、コンプライアンスについて専門家を招いて講習会を開催し、知識の普及・啓蒙を図ることにより食肉の衛生管理や表示・コンプライアンスについての理解を深め、衛生水準の向上を図る。

実施内容

- (1) 組合役員で構成する推進委員会を設置し、事業内容、実施方法等について検討を行った。
- (2) 組合員や従業員・家族等を対象に講習会を開催し、衛生管理・食品表示・コンプライアンスの重要性等について周知徹底を図った。
 - ① 平成21年9月17日(木) 食肉会館
 - ・ 食中毒の注意喚起について
 - 講師：大阪府 健康医療部 食の安全推進課 流通監視グループ総括主査 佐藤 功
 - ・ 保冷バッグとレジ袋の比較体験について
 - 参加者数：25名
 - ② 平成21年10月15日(木) 食肉会館
 - ・ 食中毒の注意喚起について
 - 講師：大阪府 健康医療部 食の安全推進課 流通監視グループ総括主査 佐藤 功
 - ・ 感染症対策について
 - 講師：サラヤ株式会社 大阪営業所 食品衛生部 奥尾 薫樹
 - 参加者数：22名
 - ③ 平成21年10月23日(金) CITYホテルエアポートインプリンス
 - ・ 食肉で起こりやすい食中毒の予防について
 - 講師：大阪府 泉佐野保健所 生活衛生室 衛生課長 早瀬 信敬
 - 技師 森 さやか
 - 参加者数：16名
 - ④ 平成21年12月3日(木) 蓬萊
 - ・ 新型インフルエンザの現状について
 - 講師：大阪府 健康医療部 食の安全推進課 流通監視グループ総括主査 佐藤 功
 - 参加者数：40名

⑤ 平成22年1月14日(木) 食肉会館3階

・ 牛トレサビリティについて

講師：近畿農政局 大阪農政事務所 消費安全部 安全管理課 第2係長 宮本 雅文

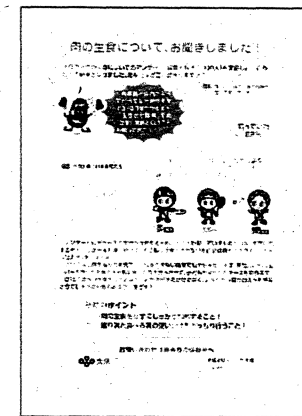
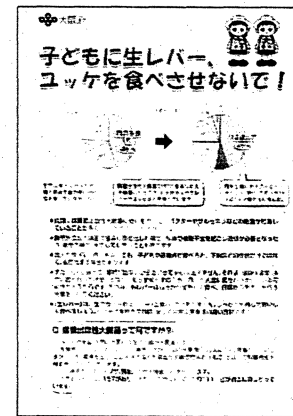
(3) 兵庫県内における衛生管理等について優良な取り組みを行う施設の現場見学会を開催し、具体的な衛生管理方法を学んだ。

実施日：平成21年11月15日(木)

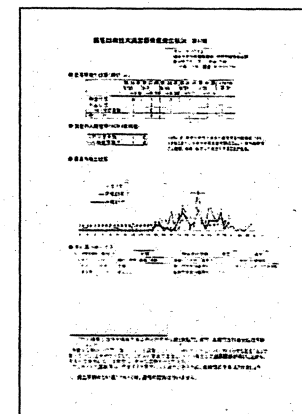
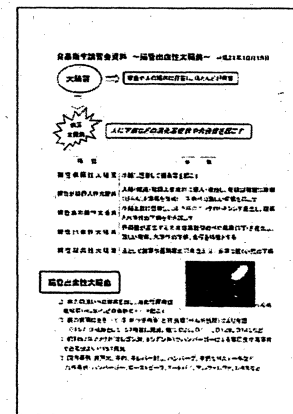
参加者数：31名

視察先：兵庫県内 エスフーズ(株)・(有)大福精肉店・うらい

(4) 食中毒防止月間ポスター・リーフレット等を作成し、組合員に配布し、消費者に対する食中毒予防について普及を図った。

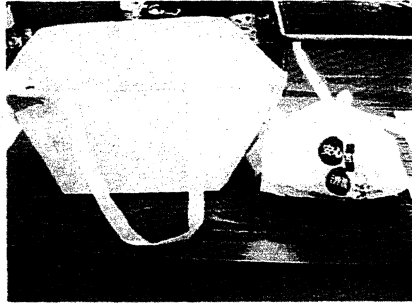


講習会テキスト1



講習会テキスト2

- (5) 9月に開催した講習会において、食中毒予防の方策として保冷バッグとレジ袋の違いについて組合員を対象に検証を行った結果、保冷バッグの効果が認められたため、組合独自の保冷バッグを作成することとし、保冷バッグ普及を図った。



保冷バッグ



講習会の様子

主たる対象者・事業参加者の感想

- (1) 講習会については、改めて衛生管理の重要性やコンプライアンスの必要性について実感したとの多くの意見が寄せられた。
- (2) 施設見学の1つである「サラヤ株式会社」の講習会で、洗い残りが光って見える薬品の体験をした組合員は、後日、自店での従業員教育に取り入れて実践したとの報告も寄せられた。
- (3) 保冷バッグについては、実際に使用してその鮮度保持機能に驚くとともに、採用した店舗でも利用者から喜ばれているとの報告を受けている。
また、利用者がマイバッグとして利用することからレジ袋削減と宣伝効果から経費削減・売上増になったとの思わぬ効果の報告もあり、多くの組合員が採用の検討をすすめている。
- (4) 施設見学会では、具体的な衛生管理方法を学ぶほか、宣伝方法、品揃え等の経営に関するヒントを得る良いきっかけともなったとの評価もあった。

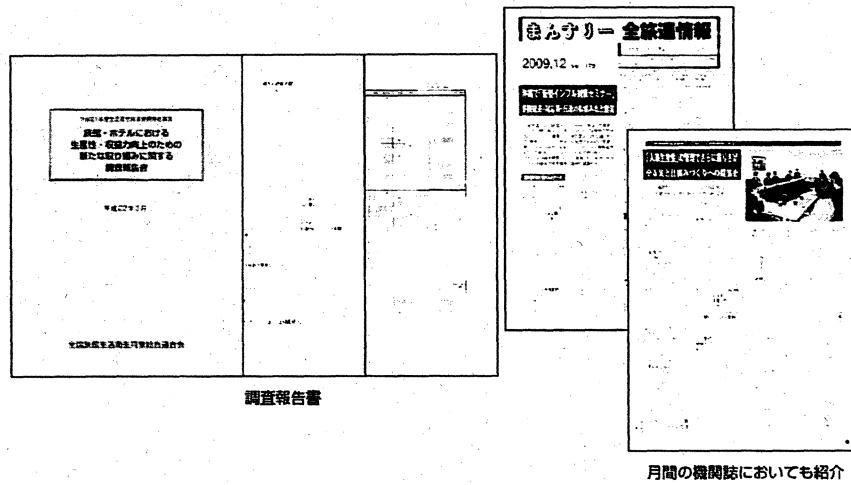
組合総括

- (1) 講習会に多くの組合員が参加できるよう、開催時間を午後7時からとしたり、開催場所を店舗近くに設定する等の工夫をし、多くの組合員が参加できた。
- (2) 店舗視察においては、工場内の徹底した衛生管理方法を見ることで衛生管理の重要性、具体的方法を学ぶとともに、店舗運営の工夫等も併せて学ぶことができた。
- (3) 保冷バッグについては、実際に組合員が利用することで実感してもらい、夏季における食肉の衛生管理について効果が認められた。
また、レジ袋の削減による環境対策、経費節減にも効果があり、多くの組合員が採用を検討することとなった。

5 経営革新・技術開発のための事業

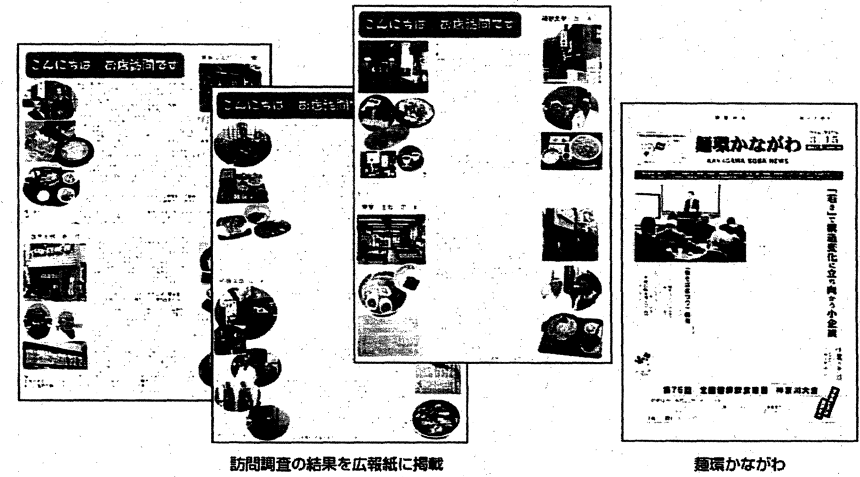
全国旅館生活衛生同業組合連合会 (その2)..... 137

実施事業名称：小規模旅館向けビジネスモデルの構築事業



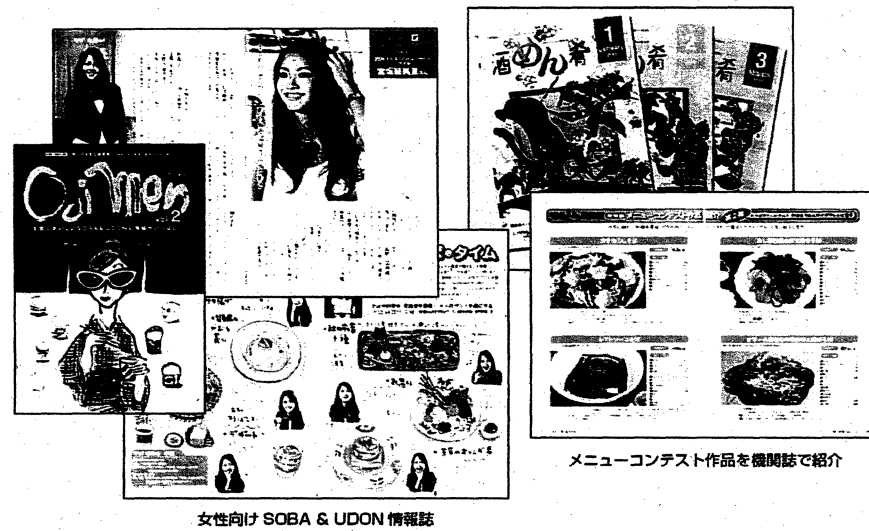
神奈川県麺類生活衛生同業組合..... 144

実施事業名称：成功事例に学ぶ経営革新・技術開発のための事業



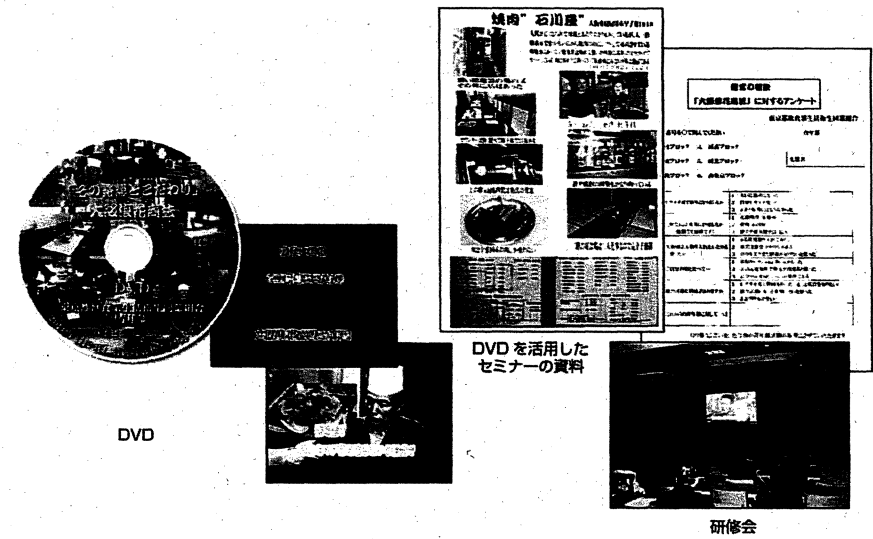
全国麺類生活衛生同業組合連合会..... 140

実施事業名称：女性層・ヤングファミリー層需要拡大事業



東京都飲食業生活衛生同業組合..... 147

実施事業名称：関東・関西における経営ポイント研修事業



兵庫県館商生活衛生同業組合..... 150

実施事業名称：兵庫六子棒すし普及事業 — 地産地消推進事業 —



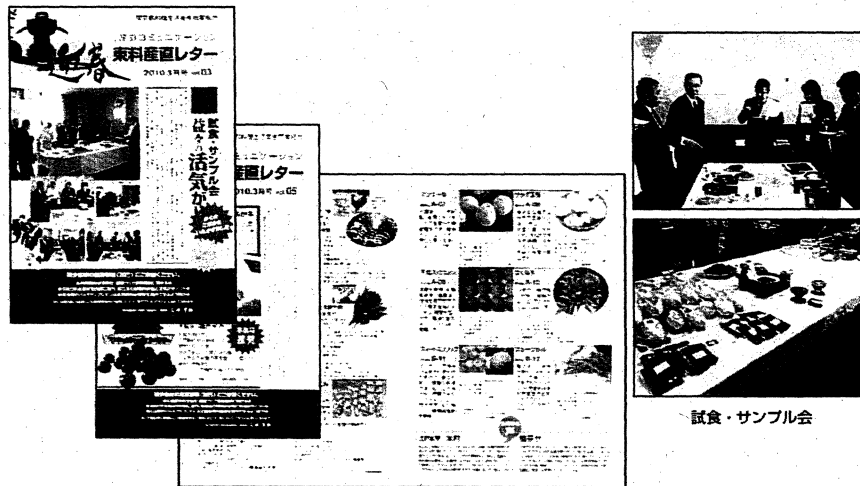
普及用リーフレット

ホームページによる普及

普及用ポスター

東京都料理生活衛生同業組合..... 153

実施事業名称：希少食材の産直事業（共同購入事業）に係るモデル事業



東料産直レター

試食・サンプル会

全国旅館生活衛生同業組合連合会（その2）

実施事業名称 小規模旅館向けビジネスモデルの構築事業

目的

傘下組合員施設の平均客室数が約20室と小規模が中心であることから、小規模施設でも取り組める生産性・収益力向上のための新たな取り組み（イノベーション）を研究することにより、組合員施設の経営革新を図る。これにより、組合組織全体の強化・活性化を図ることを目的とする。

実施内容

(1) 担当役員及び専門家（経営コンサルタント）で構成する委員会を設置し、現地調査先のコーディネートを行うとともに、報告書のとりまとめを行った。

【開催回数】年5回

【検討内容】生産性・収益力強化に効果のある先進事例の研究、調査先の選定、報告書の作成

(2) 客室数20室程度の施設で高い収益力を実現している旅館経営者を囲みでの聞き取り調査を実施した。

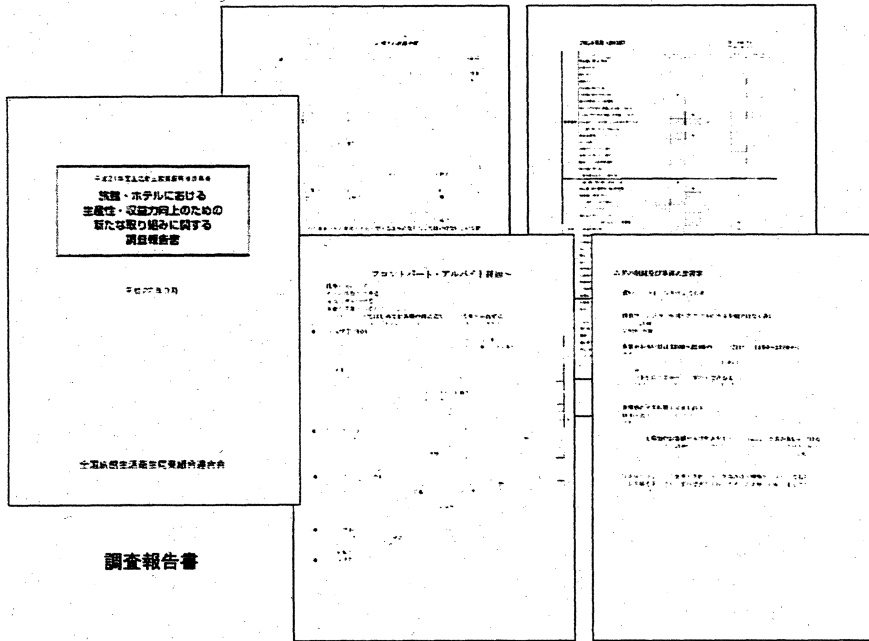
【対象施設】神奈川県足柄下郡箱根町「仙石原品の木の湯」、「仙石原品の木の湯別邸」

【選定理由】本館の黒字で補填しなければならなかった別館を経営改善により黒字転換した点、また、その基となり、現在も経営に取り入れられている「人時生産性」の有効性について研究をするため。

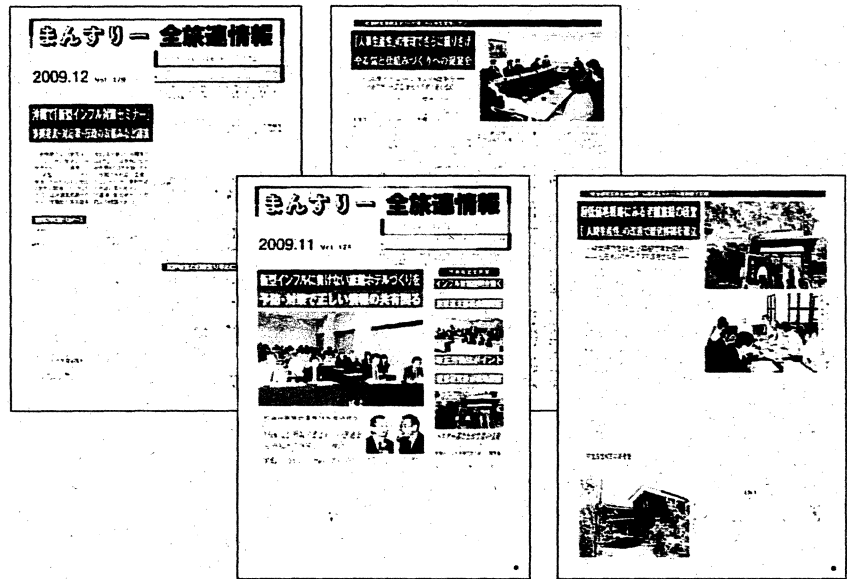
(3) 上記の調査結果及び委員会での検討内容を取りまとめた報告書を作成し、都道府県組合を通じて組合員に配布し、経営改善の促進を図った。

【報告書概要】

- ・ 小規模旅館の経営改善モデルとして「人時生産性」を中心に取り上げた。報告書においては、その実践としてマルチジョブローテーション（一人の社員が何役もの役割を担う）の実践方法について解説している。
- ・ また、経営改善ポイントとして「厨房のあり方」にも注目。事例施設の「セントラルキッチンシステム」について考察を行った。



調査報告書



月間の機関誌においても紹介

主たる対象者・事業参加者の感想

【現地調査に参加した委員の感想】

- (1) 徹底した労働時間の管理と、粗利益に対して投入した労働コストの生産性を分析する人時生産性は極めて合理的な指標の一つであった。ただ効率化だけを追求するのではなく、個人客というターゲットを緻密に分析し、宿泊客が満足するサービスを提供している点が高収益を実現している秘訣だと考える。
- (2) 部署の垣根を越えて一人の従業員が業務を遂行するマルチジョブローテーションは一般的な旅館では考えられないやり方である。しかし、実際にフロントでチェックイン業務をしていた従業員が夕食の接客係として仕事をしていたこと、調理師が朝食を調理した後のアイドルタイムに客室の布団を片付けること等は驚きであった。
従業員が少ない小規模旅館であったり、パート・アルバイトを雇用して営業する場合に非常に有効であり、参考になった。
- (3) 「厨房」という旅館経営における経費削減において悩みの種である部分に焦点があてられ多くの議論がされており、また、担当委員が実際に行っている改善策も紹介されていて、共感する部分もありながら参考になる部分も多くあった。
報告書の中で紹介されている「一の湯」で行っている冷凍調理の食材やその調理方法、またセントラルキッチン方式は、厨房運営として新しい方法であり、導入の仕方によっては合理性が増すだけでなくお客様の満足も得られると感じる。

連合会総括

- (1) 急激な景気変動により旅館・ホテルは疲弊をされており、危機的状況でもある。旅館再生の処方箋は利益体質となる財務の改善であり、利益を生み出すしくみを旅館事業の中で再発見し、構築し実践することにある。
また典型的な労働集約産業である旅館の中で、明確に数値化した管理を行うことも財務の改善では重要な要素である。今回、視察で訪れた一の湯では、人時生産性という指標を導入し、徹底した労働時間に対する生産性を管理することで高収益を維持・成長を続けており、収益力及び生産性改善の好事例として組合員へ紹介できる。
- (2) 収益改善には無駄の改善が必須である。視察をした一の湯では従業員1人が2役3役をこなすマルチジョブローテーションに取り組んでいた。1人の社員が効率よく複数部署をまたがって業務をこなすことは、必要最低限の人数で合理的かつ機能的に業務を遂行させることが可能となる。経費的に負担が少ないながらも業務内容の改善、業務の効率化を図ることができる手法は旅館業界の現状から考えると取り組み可能であり、効果的な事例である。
- (3) 報告書では、組合員がそれぞれの施設で独自に改善事例を検証できるようにすることを配慮した。多くの組合員が今一度、自己の経営を見直し、より一層の経営の安定化が促進されることを期待する。

全国種類生活衛生同業組合連合会

実施事業名称 女性層・ヤングファミリー層需要拡大事業

目的

外食産業はメディアも巻き込んだ形で激烈な自由競争の只中にあり、種類業の中でさえ、嗜好の変化・ブームメントなどの影響を受け、既に並列化することが困難な状況と言える。

特に、そば・うどん店では、既存客の高齢化と、原料高の影響からくる価格高騰より他の大手外食店に比べ、消費者の足離れが現れている。

その理由として

- ① 古いイメージの定着による女性層・ヤングファミリー層の足離れ
- ② ファーストフード店などの集客活性策からのサービス面での立ち遅れ、
- ③ 広報活動の実践、徹底不足、

などが挙げられる。

本事業では、組合員を対象とした接客向上のための講習会、女性モニターを活用したPR冊子の作成等を通じ、女性層・ヤングファミリー層の需要開拓を進め、業界の経営革新を促進することを目的とする。

実施内容

- (1) 平成21年9月16日～18日に開催された「09種産業展」会場において、一般組合員を対象としたセミナーを開催し、組合員店における接客サービスの向上に関する知識の向上を図った。

【16日】

「待っているだけでは売上は上がらない」

講師：夢の創造委員会（株） 代表取締役社長 中村 利江

受講者数：134名

「心のこもった接客サービスがキメ手」

講師：接客サービスコンサルタント 徳丸 美津枝

受講者数：164名

【17日】

「そばダイエット」

講師：美容・料理研究家 小清水 裕子

受講者数：167名

「スポーツと食と健康」

講師：東海大学名誉教授 中村 多仁子

受講者数：71名

【18日】

「うま味の有用性と消費者調査から見た外食」

講師：味の素（株） 広報部

受講者数：67名

「顧客動員について」

講師：（株）フードシステム 古田 基

受講者数：110名

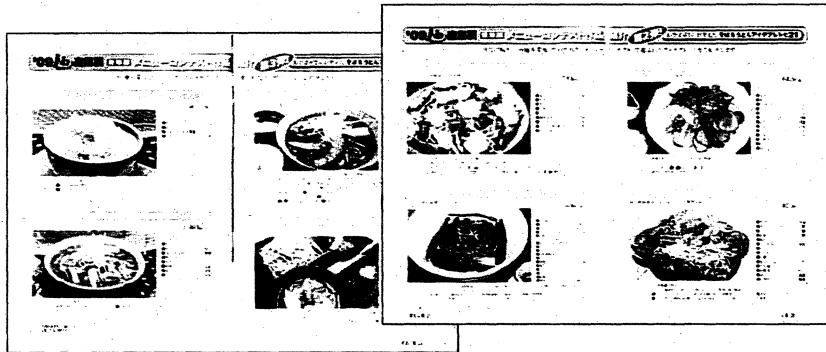
- (2) 女性に対して、おいしいSOBA&UDONの情報を掲載した「Ouimen vol.2」（ウィメン）を12月に10万部作成、参加組合員へ1店舗あたり10部を直送し、一般消費者向けの広報として雑誌「dancyu」の定期購読者（約2,000冊）に同梱することより、女性層のそば需要の拡大を図った。



女性向け SOBA&UDON 情報誌



- (3) 「09 麵産業展」において東京都麺類組合青年部企画による「メニューコンテスト」が行われ、集まった作品のアイデアレシピ、写真、カロリーを、連合会機関誌「酒めん着」1月号～3月号に掲載し、組合員の技術開発の促進につなげた。



メニューコンテスト作品を機関誌で紹介

連合会総括

- (1) 「09 麵産業展」の来場者数は延べ10,302名。(うちそば・うどん関係者4,585名) 組合員を対象とした経営に関するセミナーは3日間の受講者数が713名と所期の目的を達成できた。
- しかし、セミナーのテーマやタイトルによるものか、講師によるものか、受講者数に大きな差があり、講師の選定や会場内におけるアナウンス方法等、事前集客方法の再検討の必要性を感じた。
- (2) 「Ouimen vol.2」については、昨年度に引き続き2年目の試みであるが、多くの組合員から好評を得るとともに、取り上げたお店からは、女性顧客が見られるようになった等の効果も表れ始めている。今後も女性顧客層の拡大を中心に、経営の安定化を推進していきたい。

主たる対象者・事業参加者の感想

- (1) 【お店の経営に役立つセミナー受講者】
- ① 女性を集客する「そばダイエット」を聴講し、女性に受けるメニューの提供、演出を取り入れてみたいと思った。
 - ② 出前の成功例を参考にしたいと参加したが、何か自社のPRを聞かされているようでいやな感じがした。
- (2) 【Ouimen vol.2 について】
- ① 地方のお店まで気を使って取り上げて頂き感謝しています。早速、来週の役員会の集まりがあるので会員の皆さんに報告するとともに、女性顧客層の拡大に向けた取り組みを推進していきたいと考えている。
 - ② 「店に置いたところ、お客様が持ち帰り直ぐになくなってしまったので追加が欲しい」といった電話やメールが多くの組合員から寄せられた。

神奈川県麺類生活衛生同業組合

実施事業名称 成功事例に学ぶ経営革新・技術開発のための事業

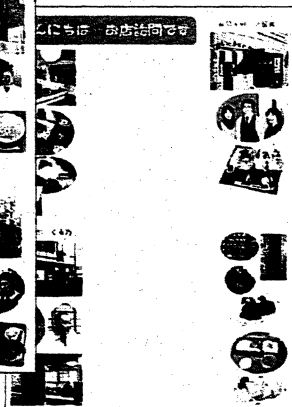
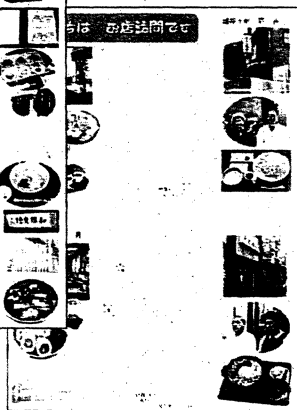
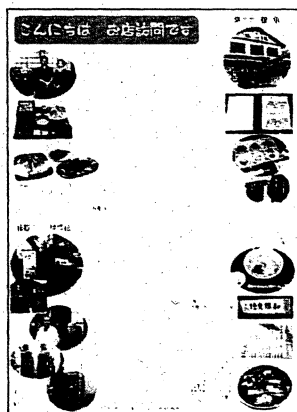
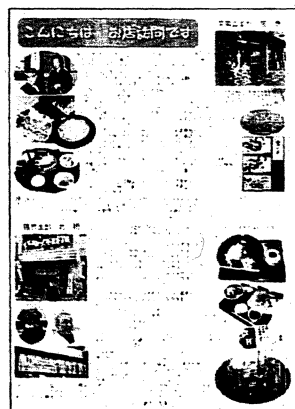
目的

メニューの工夫やお店の雰囲気作り等により一定の成果を収めている組合員店について、その店の秀逸メニュー、売り上げ増強の秘訣などの情報を組合員に提供することにより組合員の経営革新・技術開発に繋げる。

実施内容

- (1) 本事業推進委員会を設置し、委員会が毎月成功事例4店舗を選定し、訪問調査を行い、そのお店の成功要因について広報誌に掲載・配布し、組合員の経営革新・技術開発の促進を図った。

訪問調査の結果を広報紙に掲載



- (2) また、訪問したお店の経営者等を講師に、組合員を対象に講習会を開催し、成功事例を通じた経営指導を行い、経営革新・技術開発の促進を図った。

- ① 日 時：平成21年4月4日
内 容：竹の子料理、天婦羅、焼き物、炊き合わせ、和え物、竹の子ご飯他
講 師：「竹葉庵」川島 佐智江氏
参加者数：15名
- ② 日 時：平成21年4月15日
内 容：手打ち蕎麦いろいろ、よもぎ切り、桜切り、レモン切り、十割
講 師：「寿徳庵」大津 信次氏
参加者数：29名
- ③ 日 時：平成21年5月14日
内 容：そば屋のおつまみ、簡単に作れる小鉢
講 師：「増田屋」古田島 忠行氏
参加者数：35名
- ④ 日 時：平成21年6月24日
内 容：変わり天婦羅、海老とイカのふわふわ揚げ、長ねぎの挟み揚げ等
講 師：「辰吉」中嶋 巖氏 「利久庵」斉藤 実樹緒氏
参加者数：35名
- ⑤ 日 時：平成21年7月22日
内 容：メニュー作成のテクニック、商品のネーミング、メニューの分類法、文字の効果
講 師：「美好屋」佐藤 敏彦氏
参加者数：8名
- ⑥ 日 時：平成21年9月15日、22日、29日
内 容：手打ち蕎麦講習会、手打ち技術の修得
講 師：「寿徳庵」大津 信次氏
参加者数：8名
- ⑦ 日 時：平成21年10月28日
内 容：自然野菜料理、野菜を使ったおつまみ
講 師：城下町「はつ花」古谷 政之氏
参加者数：22名
- ⑧ 日 時：平成21年11月18日
内 容：「裏横浜カレーうどん」、「きざみ鴨せいろ」
講 師：平沼橋「田中屋」鈴木 俊弘氏
参加者数：45名
- ⑨ 日 時：平成21年12月7日
内 容：年越しそば、年明けうどんで不況脱却作戦セミナー
講 師：「角平」藤江 寿子氏 神奈川農産工業(株)川口 エリカ氏
参加者数：30名
- ⑩ 日 時：平成22年1月27日
内 容：そば屋と店内のPOP
講 師：「風の陣」佐々木 芳雄氏
参加者数：15名
- ⑪ 日 時：平成22年2月25日
内 容：経営戦略
講 師：「蒼ひ」田中 暢夫氏
参加者数：24名

(3) 年2回プロジェクターを使い訪問をした店舗の映像を取り入れたセミナーを組合員を対象に開催した。

- ① 日 時：平成21年11月4日
 内 容：これからのそば店の経営はどうしたら良いのだろうか？
 講 師：「峰本」長戸 芳郎氏 「利久庵」出川 修治氏
 参加者数：53名
- ② 日 時：平成22年2月8日
 内 容：売上を伸ばすヒントを見つけよう！
 ・お店訪問から見えてきたこと ・異業種繁盛企業事例紹介
 講 師：「峰本」長戸 芳郎氏 日本公庫 永井 龍一氏
 参加者数：30名

廻環かながわ



主たる対象者・事業参加者の感想

- 参加した組合員の声
- (1) 普段はなかなか聞くことができない同業者の工夫や調理技術を学ぶ大変刺激となる機会であった。すぐにでもできることも多く、当店でも取り入れて実践している。
- (2) 食材や調理技術、経営の考え方等、新たな発見をすることができ、努力の必要性を痛感するとともに学習意欲が湧いてきた。

組合総括

- (1) 同業者のメニュー、店の特徴、繁盛の秘訣などの情報や参加者同士の会話や講師との会話によって学んだ知識は、個々の組合員の技術と意識を高めることに効果的であった。
- (2) 毎月、取材対象店舗を訪問取材することにより、組合組織に対する要望・意見等も聞くことができ、組織運営を行う上での貴重なヒントを得る結果となり、組織強化のためのヒントを得ることができた。
- (3) 消費者ニーズが多様化する中、経営者は常に新しい発想、新たな技術の修得が必要であり、本事業の実施成果を見ても、今後も組合事業として継続的に実施していく必要性を感じた。

東京都飲食業生活衛生同業組合

実施事業名称 関東・関西における経営ポイント研修事業

目的

日本政策金融公庫の景気動向調査によれば、平成20年度の生衛業の景況はマイナス水準が前年同期を下回る後退傾向が徐々に強まり、年度後半から「売上」「採算」「業況」の各DIは大きく低下した。

パブルの崩壊、老舗の食品偽装による飲食店への打撃、原油価格高騰による原材料の高騰、そして未曾有の金融危機による売上の減少、少子化が進む後継者育成問題、社会経済情勢の影響を強く受ける生衛業においては、いまや、不本意に廃業に追い込まれて行く飲食店が年々その数を増やしている。そのような中、時代の流れと消費者ニーズを的確に把握し、順応することにより繁盛している飲食店もある。

本事業では、大阪と東京における繁盛店の経営の成功要因について調査し、組合員に対して経営ポイントを普及することにより、一般飲食店の経営革新を図り、併せて組織強化・活性化を図ることを目的とする。

実施内容

- (1) 組合役員及び青年部役員で構成する委員会を設置し、大阪地区の取材先の選定等を行った。
 取材先の選定にあたっては、以下の点をポイントとし、大阪組合青年部に選定を依頼し、取材を行い、DVD(1,000枚)を作成した。
- 【選定ポイント】
- 立地条件が悪いながらも繁盛している店
 - 業種に偏りがないように幅広く選定



DVD

(2) DVDを活用した研修会（セミナー）の開催

当該DVDを活用し、組合員を対象とした大阪商法と東京の商法の違いを踏まえながらの経営研修会を開催し、経営改善の推進を図った。

【第1回】 日 時：平成22年2月8日

場 所：東京都 第一ホテル

参加者：170名

【第2回】 日 時：平成22年2月15日

場 所：京都市 菊水（希望により京都市でも開催）

参加者：50名

【第3回】 日 時：平成22年2月19日

場 所：東京都 とん一

参加者：15名

【第4回】 日 時：平成22年2月24日

場 所：東京都 京王プラザホテル

参加者：200名

【第5回】 日 時：平成22年3月29日

場 所：東京都 武蔵野商工会議所

参加者：50名



DVD を活用したセミナーの資料

研修の概要
「大阪商法実践」に関するアンケート

株式会社 日本経済新聞社

お名前

〒 市 区 丁目 番 号

1. 研修の目的

2. 研修の場所

3. 研修の時間

4. 研修の参加者

5. 研修の感想

6. その他

7. 研修の成果

8. 研修の課題

9. 研修の期待

10. 研修の満足度

11. 研修の満足度

12. 研修の満足度

13. 研修の満足度

14. 研修の満足度

15. 研修の満足度

16. 研修の満足度

17. 研修の満足度

18. 研修の満足度

19. 研修の満足度

20. 研修の満足度

21. 研修の満足度

22. 研修の満足度

23. 研修の満足度

24. 研修の満足度

25. 研修の満足度

26. 研修の満足度

27. 研修の満足度

28. 研修の満足度

29. 研修の満足度

30. 研修の満足度

31. 研修の満足度

32. 研修の満足度

33. 研修の満足度

34. 研修の満足度

35. 研修の満足度

36. 研修の満足度

37. 研修の満足度

38. 研修の満足度

39. 研修の満足度

40. 研修の満足度

41. 研修の満足度

42. 研修の満足度

43. 研修の満足度

44. 研修の満足度

45. 研修の満足度

46. 研修の満足度

47. 研修の満足度

48. 研修の満足度

49. 研修の満足度

50. 研修の満足度

51. 研修の満足度

52. 研修の満足度

53. 研修の満足度

54. 研修の満足度

55. 研修の満足度

56. 研修の満足度

57. 研修の満足度

58. 研修の満足度

59. 研修の満足度

60. 研修の満足度

61. 研修の満足度

62. 研修の満足度

63. 研修の満足度

64. 研修の満足度

65. 研修の満足度

66. 研修の満足度

67. 研修の満足度

68. 研修の満足度

69. 研修の満足度

70. 研修の満足度

71. 研修の満足度

72. 研修の満足度

73. 研修の満足度

74. 研修の満足度

75. 研修の満足度

76. 研修の満足度

77. 研修の満足度

78. 研修の満足度

79. 研修の満足度

80. 研修の満足度

81. 研修の満足度

82. 研修の満足度

83. 研修の満足度

84. 研修の満足度

85. 研修の満足度

86. 研修の満足度

87. 研修の満足度

88. 研修の満足度

89. 研修の満足度

90. 研修の満足度

91. 研修の満足度

92. 研修の満足度

93. 研修の満足度

94. 研修の満足度

95. 研修の満足度

96. 研修の満足度

97. 研修の満足度

98. 研修の満足度

99. 研修の満足度

100. 研修の満足度

研修会

主たる対象者・事業参加者の感想

【研修会参加者を対象としたアンケート結果概要（回答数：68名）】

(1) 研修会やDVDは参考になりましたか？○

- ・ 大いに参考になった 47名（69.1%）
- ・ 自分も考えが変わった 14名（20.5%）
- ・ あまり参考にならなかった 1名（1.5%）
- ・ 無回答 6名（8.9%）

(2) 大阪商法を取り入れてみたいと思いませんか？

- ・ ある程度取り入れてみたい 19名（27.9%）
- ・ 東京には東京のやり方がある 11名（16.2%）
- ・ 自分もまだまだ勉強が足りないと思った 32名（47.1%）
- ・ 無回答 6名（8.8%）

組合総括

(1) 研修会を開催し、地域格差はあっても業に対する基本的な姿勢は関東、関西に相違はなかったが、関西（大阪）独特の接客方法、商魂には驚嘆させられるものが多かった。異なる地域の同業者の経営方法を学ぶことにより、自己の経営を見直し、改善方法を模索する良い機会を提供することができた。

(2) 極めて経営環境が厳しい昨今においても、繁盛店は存在し、その手法を学ぶことの大切さを参加した組合員には理解してもらえたことと思われる。今後の課題としては、当該研修会の本当の効果である「実践」がどの程度の組合員に普及しているかを追跡調査するとともに、実践に向けた支援を行っていききたい。

兵庫県鮪商生活衛生同業組合

実施事業名称 兵庫穴子棒ずし普及事業 —地産地消推進事業—

目的

兵庫県には、明石の鯛、タコ、穴子、山陰のカニなどブランドとよべる多くの食材がある。兵庫名産の肉厚の穴子を使った「兵庫穴子棒ずし」は、明石の名店のすし屋が始めた逸品のオリジナル料理として有名であり、近年では県内のいくつかのすし屋でも取り扱われるメニューとなっている。

本事業は、「兵庫穴子棒ずし」の普及を図るとともに、兵庫県のブランド食材を広く紹介することにより、家庭での食材として、また地元のおすし屋さんにも数多く足を運んでもらうきっかけとし、一層の地産地消の促進とすし業界の活性化を図る。

実施内容

(1) すし技術研究会「味彩会」を中心に地元食材及び具材を活用した『兵庫穴子棒ずし』のレシピを作成するとともに、試作会を開催した。

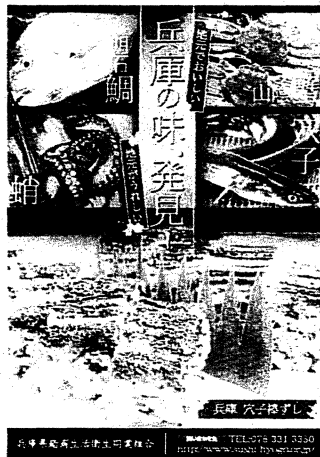
なお、レシピの作成にあたっては、地元の「穴子」の選別方法等の知識の習得について神戸中央卸売市場を何度も視察するほか、調達先の発掘のため明石漁港、林崎漁港、岩屋漁協等の視察を行い、組合員の食材調達方法を把握しながら行った。

(2) 組合加盟の参加希望店を対象に『兵庫穴子棒ずし』の作り方の講習会を開催した。

なお、講習会には、『兵庫穴子棒ずし』を地域のすしとして定着させるため、消費者団体等を通じて一般消費者にも参加してもらった。

開催日：平成21年11月4日
場所：神戸市中央卸売市場 料理教室
参加者：組合員35名 消費者団体他128名

普及用ポスター



(3) ポスター、リーフレットを作成し、組合員店及び観光地等で配布し、『兵庫穴子棒ずし』の普及を図った。

作成部数：ポスター 500部
リーフレット 4,000部
配布場所：組合員店、県庁、観光協会、商工会議所等



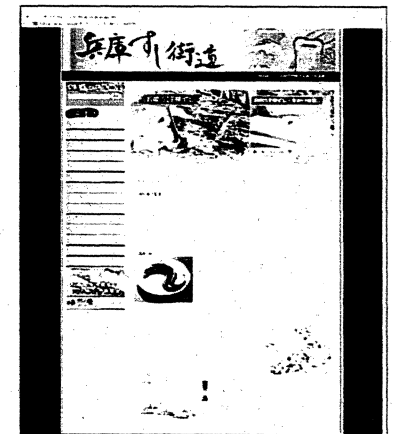
普及用リーフレット

(4) 組合ホームページの更新を行い基本レシピを掲載する等、一般消費者向けに普及を図った。

また、併せて組合加盟店の紹介を充実させ、兵庫県すし関連のポータルサイトとしての機能の拡充を図った。

(5) 消費者を対象に試食会を開催し、広く『兵庫穴子棒ずし』の普及を図り、家庭における地産地消の推進を図った。

- ① 実施日：平成21年11月4日
場所：神戸市中央卸売市場 市場PR施設会場
参加者：消費者団体他 128名
- ② 実施日：平成22年2月23日
場所：尼崎市労働福祉会館
参加者：地元婦人会他 68名



ホームページによる普及