

事業実施計画書

課題番号

22

実施団体名	岩手県理容生活衛生同業組合	
事業名	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2章 ～地域社会と連携した『交流サロン型サービス』の展開を目指して～	
国庫補助所要額	4,954千円※別紙9所要額内訳書のE欄の額と一致	
事業実施予定期間	平成31年6月1日 から 令和2年3月31日	
1 事業の必要性(なぜこの事業を実施する必要があるのか、課題は何かについて記載する)		
<p>本県の老年人口(65歳以上)の割合は上昇傾向で推移し、平成29年には31.9%と、およそ3.2人に1人が65歳以上の高齢者となっている。</p> <p>一方、県生活衛生同業組合員数は、昭和58年の8,742人をピークに年々減少傾向で推移し、平成31年4月には2,867人と、ピーク時の32%にまで減少。特にも東日本大震災以降、沿岸地域の人口減少が一層加速し、人口減少と高齢化が進む被災地での生衛業の廃業・組合退会が進んでいる。</p> <p>平成26年度から3年間、本補助事業を活用したモデル事業等を通じて福祉施設等における高齢者のニーズを把握することができたことから、平成29年度から社会福祉施設入居者を対象に、利用者の実費負担で『出前型サービス』を県内4地区で開始したところである。</p> <p>一方、生衛業の振興と地域の活性化を図るためには、在宅や地域の交流サロンなどを拠点に生活している元気な高齢者へのアプローチが必須であることから、平成29年度から3年計画で、地域社会と連携した『交流サロン型サービス』の展開を目指し、モデル事業等を展開しているところである。</p> <p>昨年度迄のモデル事業等を通じ、元気な高齢者については多様なニーズ等、課題が多いことがわかった。</p> <p>2019年度においては、これまでの組合連携の仕組みを活かしつつ、地元の社会福祉協議会等との連携を深め、2020年度を目標に、地域包括ケアシステムとの連携等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など、生活衛生業のイメージ向上に努め、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が必要である。</p>		
2 事業の狙い(上記1の必要性に対する本事業の目的・目標について記載する)		
<p>1 生活衛生サービスの高齢者生活へのアプローチ</p> <ul style="list-style-type: none"> ○地域の交流サロンなど高齢者の寄り合い場所へのサービス展開 ○福祉施設の利用者へのサービス展開 <ul style="list-style-type: none"> ・平成29年度から社会福祉施設向けに『出前型サービス』実施(利用者の実費負担でサービス開始) ○将来に向けた地域包括ケアシステムとの連携等、福祉分野からの事業受託へのきっかけづくり <p>2 生活衛生業のイメージアップ</p>		
3 本事業の成果(この事業の実施により得られる成果について記載する。数値化できるものは数値化する)		
① 活動指標	② 成果指標	
<ul style="list-style-type: none"> ○交流サロン等を活用した高齢者を対象とする生衛業の訪問サービス(モデル事業)の展開 <ul style="list-style-type: none"> ・5地区 計6回の開催を予定 ・参加予定者数:延べ120名 ○モデル事業参加者に対するアンケートを実施し、提供するサービス内容のメニュー化を図る。 <ul style="list-style-type: none"> ・活性化参加店舗紹介パンフレットへの掲載(ケア理容師の情報発信等) 	<ul style="list-style-type: none"> ○地域福祉分野との連携体制の構築 <ul style="list-style-type: none"> ・モデル事業実施:5地区 ・地元社会福祉協議会等との意見交換:5地区 ○アンケートによるモデル事業の検証 <ul style="list-style-type: none"> ・満足した:参加者の80%以上 ○パンフレット作成、ホームページでの情報発信 	
4 事業内容(この事業で何を実施するかについて、その内容を記載する)		
<p>1 生衛業界と地域福祉分野との連携(人的ネットワークと事業システムの構築等)</p> <p>2 ケア理容師(現在123名)、ハートフル美容師(現在93名)と他生衛業とのサービス創出に向けたモデル事業の実施</p> <p>3 サービス利用者へのアンケートを実施し、サービス内容のブラッシュアップを行い、2020年度からの本格事業実施を見据えたサービスメニューを創出し、実施に向けた情報発信策等を検討。</p> <p>4 役割等</p>		

○幹事組合は、岩手県理容生活衛生同業組合とし、事業企画検討会議を主催し、事業経費の経理を行う。

○実働主体は、地区生活衛生同業組合連絡協議会（県内各地域の11生衛組合で組織）が行う。

○岩手県生活衛生営業指導センターは、各生衛業が連携して事業を行うための企画・総合調整を行う。

5 実施内容

- (1) 企画検討会議（盛岡地区、北上地区、宮古地区、久慈地区、東磐井地区）
- (2) 交流サロンの発掘（盛岡地区、北上地区、宮古地区、久慈地区、東磐井地区）
- (3) モデル事業の実施（盛岡地区、北上地区、宮古地区、久慈地区、東磐井地区）
- (4) 専門部会（本格事業実施を見据えた運営体制などの仕組みづくり及び情報発信策の検討等）
（仮称）岩手セイエイ百貨店運営協議会準備会素案の検討（県内4地区）
- (5) 県社会福祉協議会役員等との懇談会

5 実施方法(上記4に記載の事業内容ごとにその実施方法・手順を時系列的に記載する)

1 企画検討会議（第一回の企画検討会議は、盛岡会場で5地区合同開催を予定）

(1) 盛岡地区

- ・第一回：7月8日（月）、盛岡地区各生衛組合連絡協議会メンバー等、意見交換
（H31事業の進め方、交流サロン等でのモデル事業案の検討など）
- ・第二回：12月9日（月）、午前、メニュー案等協議、H32年度準備会素案検討

(2) 北上地区

- ・第一回：7月8日（月）、北上地区各生衛組合連絡協議会メンバー等、意見交換
（H31事業の進め方、交流サロン等でのモデル事業案の検討など）
- ・第二回：12月16日（月）、午後、メニュー案等協議、H32年度準備会素案検討

(3) 宮古地区

- ・第一回：7月8日（月）、宮古地区各生衛組合連絡協議会メンバー等、意見交換
（H31事業の進め方、交流サロン等でのモデル事業案の検討など）
- ・第二回：12月9日（月）、午後、メニュー案等協議、H32年度準備会素案検討

(4) 久慈地区

- ・第一回：7月9日（月）、久慈地区各生衛組合連絡協議会メンバー等、意見交換
（H31事業の進め方、交流サロン等でのモデル事業案の検討など）
- ・第二回：1月27日（月）、メニュー案等協議、H32年度準備会素案検討

(5) 東磐井地区

- ・第一回：6月10日（月）、東磐井地区各生衛組合連絡協議会メンバー等、意見交換
（H31事業素案、交流サロン等でのモデル事業素案の検討など）
- ・第二回：7月8日（月）、東磐井地区各生衛組合連絡協議会メンバー等、意見交換
（H31事業の進め方、交流サロン等でのモデル事業案の検討）
- ・第三回：12月16日（月）、午前、メニュー案等協議、H32年度展開等協議

2 モデル事業の実施

(1) 盛岡地区

- ・9月5日（木）：交流サロン（寄合い場所）における訪問サービス（理容&社交組合など）1回
- ・11月25日（月）：交流サロン（寄合い場所）における訪問サービス（美容&すし組合など）1回

(2) 北上地区

- ・10月28日（月）：交流サロン（寄合い場所）における訪問サービス（理容&中華組合など）1回

(3) 宮古地区

- ・9月9日（月）：交流サロン（寄合い場所）における訪問サービス（理容&食肉組合など）1回

(4) 久慈地区

- ・9月30日（月）：交流サロン（寄合い場所）における訪問サービス（理容&飲食業組合など）1回

(5) 東磐井地区

- ・12月2日（月）：交流サロン（寄合い場所）における訪問サービス（理容&中華組合など）1回

3 専門部会等

○検討内容

- ・今後、生衛サービスと、市町村が進める地域包括ケアシステムと連携できるような仕組みづくりや情報交換等の場を構築できるよう、意見交換会及び、本格事業実施を見据えた情報発信策の検討等
- ・4地区（盛岡、北上、宮古、久慈）：専門アドバイザーと企画検討委員等3回程度（7月、11月、1月）

4 県社会福祉協議会役員等との懇談会

- ・県社会福祉協議会役員と生活衛生同業組合理事長等との意見交換 1回予定（1月中旬頃）

5 地区連絡協議会と理容組合役員等との意見交換会

- ・2月17日（月）：盛岡市 1回予定

6 情報発信等

- ・岩手セイエイ百貨店参加登録店パンフレット作成 **ケア理容師等の情報も掲載予定**
 - 7月8日（月）：第一回検討会議に素案提示
 - 12月9日（月）～1月27日（月）：各地区での第二回検討会議に案提示
 - 2月17日（月）：地区連絡協議会会長等会議に最終案提示
 - 3月20日頃：納品予定
- ・岩手セイエイ百貨店参加登録店パンフレット掲載を前提とした全組合員対象の訪問理容にかかる意向調査
 - 9月末迄：理事会等で実施案等協議
 - 10月末迄：全組合員（約810名）へアンケート調査票を送付
 - 12月末迄：全組合員（約810名）のアンケート調査票を回収、取りまとめ
 - 2月3日（月）：理事会にアンケート結果を報告

7 本格事業実施を見据えた年度目標

- ・H29年度：交流サロン等への仕組みづくり、モデルメニュー案の創出、HP等での情報発信など
- ・H30年度：モデル実施、モデルメニュー案の作成、参加事業者のメリット等検証、HP等での情報発信等
- ・H31年度：モデル実施、検証、運営体制、情報発信策の整備・検討など
- ・H32年度：本格事業実施（補助金に頼らない自立実施）
 - ・社会福祉施設向け『出前型サービス』の確立
 - ・元気な高齢者向け『交流サロン型サービス』の実施

（注）事業ごとに別葉とすること。

（注）生活衛生関係営業活性化連携事業の場合は連携を行う者の関連性がわかる構成図を添付すること（様式自由）

事業実施計画書

		課題番号
		4
実施団体名	新潟県美容業生活衛生同業組合	
事業名	がん罹患者への情報提供の推進	
国庫補助所要額	1,300千円※別紙8所要額内訳書のE欄の額と一致	
事業実施予定期間	2019年6月1日 から 2020年3月31日	
1 事業の必要性(なぜこの事業を実施する必要があるのか、課題は何かについて記載する)		
<p>日本では「がん」は今や二人に一人が罹患している。10年後の生存率は伸び続けており治療や早期発見技術の進歩が貢献していると言われているが、つらい抗がん剤や放射線治療による副作用がある時期を乗り越えるための様々な支援は不可欠である。特に「脱毛」は外見が大きく変わることからとてもつらい副作用であり、前向きに治療にあたるよう、容姿を美しくするプロとして、身近な美容師による治療中の脱毛やウィッグの活用、お肌や爪のお手入れ等、不安や悩みを取り除く手助けのできる力が大きく期待されている。</p> <p>しかしながら、新潟県ではサポートできるサロンの情報提供がほとんどない状況であり、早急に対応していくことが求められている。</p>		
2 事業の狙い(上記1の必要性に対する本事業の目的・目標について記載する)		
<p>美容業務の「容姿を美しくする」ということは、外見だけではなく精神的にも活性化する効果が大きいことは立証済みであることから、治療をしながら日常生活を送るがん罹患者の方々に美容サロンにおいて少しでも不安や悩みを取り除き、前向きな姿勢で治療に臨めるような美容サービスを提供する「がん患者サポート美容師」に関する資格認定講習会を開催し、がん罹患者への施術が十分可能な美容師を養成し、刷新する組合ホームページにて利用者に向けてサロン情報を掲載するとともに、サロンではステッカーの掲示、サロン並びに病院や保健所にはパンフレットを配置することで情報提供を推進し、利用者の利便性を高めることを目的とする。</p>		
3 本事業の成果(この事業の実施により得られる成果について記載する。数値化できるものは数値化する)		
①活動指標	②成果指標	
<ul style="list-style-type: none"> ・がん罹患者に対する必要な知識と技術、コミュニケーションを学び、ホスピタリティ豊かなサポート美容師の資格取得の認定講習会の開催 開催回数：1回 受講者数：100名 ・利用者向け組合ホームページの新設 ・サロン並びに病院や保健所へのパンフレット配布 3,000枚 	<ul style="list-style-type: none"> ・がん罹患者に関する技能を有する美容師の養成 2019年度目標：100名(組合員の10%) 3年以内に組合員の200名程度の認定者を養成したい 	
4 事業内容(この事業で何を実施するかについて、その内容を記載する)		
<p>① 講習会実施の計画立案・進捗確認・改善等の検討委員会の開催 ② サポート美容師資格認定講習会の開催</p> <p>③ 合格者への認定証発行 ④ 組合ホームページへの認定者名簿の掲載</p> <p>⑤ サロン並びに病院・保健所での案内(認定証・ステッカー・パンフレット等)の掲示</p>		
5 実施方法(上記4に記載の事業内容ごとにその実施方法・手順を時系列的に記載する)		
<p>① 講習会実施の計画立案・進捗確認・改善等の検討委員会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・組合役員会、外部専門家、患者会を構成員とする検討会を設置し、講習会カリキュラムの策定、講師選定を行う <p>② サポート美容師資格認定講習会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サポート美容師の概要・認定講習会の開催を記した案内チラシを組合員(1,300枚)に配布する ・開催は1回とし、100名を募集する <p>③ 合格者への認定証発行</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受講後、確認テストを実施し、合格者には認定証・ステッカー(各100部)を授与する <p>④ 組合ホームページへの認定者名簿の掲載</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業界関係者のためだけではなく、利用者の利便性向上につながるホームページへと刷新し、各資格取得者等の名簿を掲載する <p>⑤ サロン並びに病院・保健所での案内(認定証・ステッカー・パンフレット等)の掲示</p> <ul style="list-style-type: none"> ・案内パンフレット3,000枚を認定者のサロンと病院約20院、県担当課をはじめ保健所14ヶ所に送付し、利用者の目に入るところへの掲示を依頼する 		

(注) 事業ごとに別業とすること。

事業実施計画書

課題番号

22

実施団体名	奈良県公衆浴場業生活衛生同業組合（理容・美容業・クリーニング業組合）
事業名	生活衛生関係営業地域活性化連携事業 （奈良県内生活衛生同業組合が連携して取り組む） 安心・快適奈良くらしの応援団事業
国庫補助所要額	1,550千円 ※別紙9所要額内訳書のE欄の額と一致
事業実施予定期間	令和元年 6月 1日 から 令和2年3月31日

1 事業の必要性(なぜこの事業を実施する必要があるのか、課題は何かについて記載する)

1 県人口が減少傾向で130万人台で推移する奈良県において、高齢化率は30.2%と全国の27.7%を上回る超高齢社会である。一方、女性の専業主婦率が高く核家族世帯率も高い奈良県の育児ママは外出が困難な状況にある。

このような状況の中、奈良県内の生活衛生同業組合では各業の営業の振興と組合活動の活発化を図る中、時代の流れに応じた高齢者等の福祉対策に取り組んでおり、業種毎に訪問サービスの展開やケア技術の向上に努めてきた。とりわけ理・美容業については、「疾病その他の理由により、理容所・美容所に来ることが出来ない者」に対する出張理美容の対象が「常時、家族である乳幼児の育児又は重度の要介護状態にある高齢者等の介護を行っている者であって、その他の家族の援助や行政等による育児又は介護サービスを利用することが困難であり、仮に、自宅等に育児又は介護を受けている家族を残して理容所又は美容所に行った場合には、当該家族の安全性を確保することが困難になる者」と厚労省から通知されているところである。

このような状況を踏まえ、町の散髪屋さんや町の美容所として地域に密着して営業してきた理容・美容業に加え元々地域に密着した家庭訪問集配が基本業態であったクリーニング業では、外出困難者に対する訪問サービスの推進が必要と認識。

更に公衆浴場業（町のお風呂屋さん）では、近年客層の高齢化が顕著で顧客の減少による経営への影響がある一方、昨今の子供達は家庭外で入浴を経験する機会が少なく修学旅行等でみんなと一緒に風呂に入れない子がいるという事例もあるので、子育て世代が安心して子供達を連れて銭湯に外出する機会を創出することにより入浴マナーを学ぶ浴育が必要と認識。そして、理美容でも高齢者や子育てママに対するおもてなしによる来店サービスで外出して元気になって頂く機会の創出が必要と認識。

これらを踏まえ、各組合が業種を越えて連携協力した生活衛生サービスの仕組みと体制を作ることにより、人々の暮らしに必要な社会基盤である生衛業の地域社会への貢献と生活衛生営業の振興を図るため「安心・快適奈良くらしの応援団」を立ち上げて3年目となる。

2 これまでの状況と今後の展開

平成29年度に、飲食・理容・美容・クリーニング業の4組合に生活衛生営業指導センターと県行政も参画・支援し「安心・快適奈良くらしの応援団」を結成。厚労省事業に応募・採択して頂き活動を開始し、300店舗の参加で広報に務めた。

そして、2年目の平成30年度には、公衆浴場業組合も参画し、理容・美容・公衆浴場のおもてなしメニューと登録店舗を拡充し、県内各市町村の高齢者・社会福祉・子育て・女性政策担当を中心に広報活動してきた。その結果、県内Y市の地域包括支援課から、応援団パンフを参考に登録している訪問理・美容とクリーニング店に生協や宅配スーパー等の店舗を追加した市版の冊子を作成して、市内のケアマネジャー・民生委員・生活支援コーディネーターを通じて在宅高齢者等に配布したいとの連絡が入った。

○安心・快適奈良くらしの応援団推進協議会・部会の設置開催

高齢者や体の不自由な方と育児・介護により外出困難な方のお宅を訪問してサービスを提供する「生衛訪問プロジェクト」と、高齢者等や子育てママが来店しやすい「おもてなし店」による「生衛元気プロジェクト」からなる「安心・快適奈良くらしの応援団」の体制と仕組みをまとめ広報等活動を展開するため、組合・行政・指導センターによる推進協議会・部会の設置と開催。

○安心・快適奈良くらしの応援団登録店募集と登録店研修を実施

・登録店舗 初年度：326 店舗（訪問 296 店舗、おもてなし 30 店舗）、2 年目 454 店舗（訪問 344 店舗、おもてなし 110 店舗）

○安心・快適奈良くらしの応援団パンフレット・チラシ・ポスター作成・配布・広報

○安心・快適奈良くらしの応援団ホームページ作成・広報。SNS も開始。

3 これまでの取り組みを通じた各組合の課題。

初年度(29 年度)・2 年目(30 年度)と活動し利用者及び登録店のアンケートを集計した結果、利用者満足度が初年度(29 年度) 88%、2 年目(30 年度) 86%であった。また、登録店満足度が初年度(29 年度) 77%、2 年目(30 年度) 69%であった。登録店のうち飲食のおもてなし店とクリーニングの結果がよくなかったが、どちらも店にとってのメリットがあまり実感できないとの声が多かった。

特に飲食の場合は、おもてなし店のそれぞれの店のサービス内容が明確でなかったので利用者に伝わりにくく、店側も混乱してしまったことによると思料される。そして、結果として、代表組合であった飲食組合は 3 年目の参加を見送ることとなった。

しかしながら、これまでの活動の結果 Y 市の例のように、人々の暮らしを支える社会基盤である生活衛生業が特に訪問の分野において地味ながら地域包括ケアシステムの一翼を担う重要な役割を果たしていることを認識して頂けることとなったので、この動きを更に拡大すべきとの理容・美容・クリーニング組合の思いと、高齢者や育児ママへのおもてなしによる理容・美容のサービスと浴育サービスで子ども達に銭湯に来て欲しいとの公衆浴場組合の思いが強く、4 組合でさらなる展開を図っていくこととなった。

4 参考

奈良県人口 : 1,356,319 人(平成 29 年 10 月 1 日)

平成 11 年の 1,449,138 人をピークに年々減り続けている。

内 65 歳以上 : 404,192 人(平成 29 年)

奈良県の高齢者人口は年々増加傾向にあり、団塊の世代が高齢期を迎えた平成 29 年の高齢者数は 404,192 人、高齢化率は全国平均の 27.7%を上回る 30.2%に達した。

2 事業の狙い(上記 1 の必要性に対する本事業の目的・目標について記載する)

本事業により、超高齢社会でありかつ核家族化も進んでいる奈良県で県民のくらしと生活に密着した重要な社会基盤である生活衛生業の各組合が連携することにより、疾病・高齢等体の不自由な外出困難者や育児や介護で外出しにくい方も、安心・快適で満足できる質の高いサービスの利用といざという時には簡易見守りサービスを受ける仕組みと体制づくりを視野に入れ、また高齢者ができるだけ外出したり、子育てママが安心して子供を連れて理美容所に行く機会を設けることにより、高齢者やその介護をする方々や外出困難者に安心と満足のサービスを提供し、更に、就学前の子供達に銭湯体験による入浴マナーを身に付けさせることで、高齢者等や子育てママと子供達がより安心・快適で暮らしやすい生活ができる地域社会の実現を目指す。

そして、各業種生活衛生営業者が生活衛生業の魅力を発信することにより、人々の暮らしを支える社会基盤である生活衛生営業が、特に訪問の分野において地味ながら地域包括ケアシステムの一翼を担う重要な役割を果たしていることを広く認識して頂くことにより生活衛生営業の一層の振興を図ることを目的とする。

3 本事業の成果(この事業の実施により得られる成果について記載する。数値化できるものは数値化する)

① 活動指標

- 安心・快適奈良くらしの応援団広報活動
- ・全県版のパンフレットに加えモデル地域で地域版のパンフレットを作成しケアマネジャー等に配布し広報：モデル地域 2 地域
- ・全県版パンフ 1 万部、地域版パンフ 5 千部 / 1 地域
- ・チラシ作成・配布 10,000 枚 ・HP 拡充・更新

② 成果指標

- ・サービス利用者に対する満足度アンケート調査及びサービス提供店舗に対する実施結果の満足度アンケート調査を実施
- ⇒ 満足度 70%以上を目標とする。

4 事業内容(この事業で何を実施するかについて、その内容を記載する)

- ◎ 「生衛訪問プロジェクト」
高齢者等の外出困難者宅や施設、更には育児・介護等で外出が困難な方のお宅を訪問し、お店と同じ快適なサービスを提供する「訪問店」を設定。(出張理容・訪問美容、クリーニング・集配)
 - ◎ 「生衛元気プロジェクト」
高齢者等や子育てママが来店しやすい「おもてなし理容店」と「おもてなし美容サロン」、そして、「おもてなし浴育銭湯」を設定し、高齢者や子育てママと子供達にあえて外出機会を創出。
 - ◎ これらの2つのサービスを取りまとめ、市町村地域包括ケアシステムの一翼となることを目指し広報活動展開・情報発信
- ① 「安心・快適奈良くらしの応援団」推進協議会開催
・全8業種の生衛組合及び指導センターと行政(県消費・生活安全課等)が集まり組織した「安心・快適奈良くらしの応援団」推進協議会で、事業内容とサービスの内容、研鑽方法、広報戦略等について協議検討。具体的内容等は、事業参加4業種の生衛組合とセンター・県で部会をつくり調整。
 - ② 「安心・快適奈良くらしの応援団」登録店の確認
・訪問サービス(出張理容・訪問美容、クリーニング・集配)登録店の登録確認
・「おもてなしサービス登録店のメニュー拡充と登録確認
 - ③ 「安心・快適奈良くらしの応援団」登録店研修
・訪問サービス(出張理容・訪問美容、クリーニング・集配)の技術と心構え等「訪問店」向け研修
・おもてなし理容所・美容サロンとおもてなし浴育銭湯研修
 - ④ 「安心・快適奈良くらしの応援団」の広報
・全県版パンフレット作成10,000部、地域版パンフ作成5千部×2、チラシ作成10,000枚。
・パンフレットを市町村及び地域包括支援センター等を通じケアマネジャー・民生委員・地域生活支援員に配布・広報。
・HP(SNS対応)更新・拡充により広報・宣伝
 - ⑤ 市町村と「安心・快適奈良くらしの応援団」との見守り協定締結の推進
・市町村及び社協等との連携協力により市町村との見守り協定締結の推進。
 - ⑥ 「安心・快適奈良くらしの応援団」事業成果アンケートの実施及び分析
・集計・検討し、さらなる展開へと繋げる。

5 実施方法(上記4に記載の事業内容ごとにその実施方法・手順を時系列的に記載する)

- ① 「安心・快適奈良くらしの応援団」推進協議会・部会開催。(6月～)
・全8業種の生衛組合及び指導センター、行政(県消費・生活安全課等)が集まり組織した「安心・快適奈良くらしの応援団」推進協議会で、事業内容とサービスの内容、研鑽方法、広報戦略等について協議検討する。協議会は8月と2月の2回開催。
・具体的内容等は、参加4業種の生衛組合とセンター・県で組織した部会で検討。
部会は6月から、計7回開催。
- ② 「安心・快適奈良くらしの応援団」登録店確認 (7月～)
・訪問サービス(出張理容・訪問美容、クリーニング・集配)登録店の登録確認
・「おもてなしサービス登録店のメニュー拡充と登録確認
- ③ 「安心・快適奈良くらしの応援団」登録店研修 (8月～)
・訪問サービス(出張理容・訪問美容、クリーニング・集配)の技術と心構え等「訪問店」向け研修
・おもてなし理容所・美容サロンとおもてなし浴育銭湯研修
- ④ 「安心・快適奈良くらしの応援団」の広報 (9月～)
・全県版パンフレット作成10,000部、地域版パンフ作成5千部×2モデル地域、チラシ作成10,000枚。
・パンフレットを市町村及び地域包括支援センター等を通じケアマネジャー・民生委員・地域生活支援員に配布・広報。
・HP(SNS対応)更新・拡充により広報・宣伝
- ⑤ 市町村と「安心・快適奈良くらしの応援団」との見守り協定締結の推進

・市町村及び社協等との連携協力により市町村との見守り協定締結の推進。

- ⑥ 「安心・快適奈良くらしの応援団」事業成果アンケートの実施及び分析
・集計・検討し、さらなる展開へと繋げる。

事業計画書

実施団体名	鹿児島県飲食業生活衛生同業組合		
事業名	後継者の育成、障害者始めとする多様な人材の活用促進		
国庫補助所要額	1895 千円 ※別紙 1 所要額内訳書の D 欄の額と一致		
事業実施予定期間	令和 1 年 7 月 4 日 から 令和 2 年 3 月 31 日 (※最長：翌年度 3 月 31 日)		
1 事業の必要性(なぜこの事業を実施する必要があるのか、課題は何かについて記載する)			
<p>現在 飲食業組合会員の高齢化が進んでいる。また、同時に後継者がいないことを理由に廃業が相次ぎ会員の減少を招いている。後継者不足においては県内の若者が関西圏及び関東圏での就職を目指す傾向が問題となっている。また鹿児島県内 14 の児童養護施設（保護者のいない児童受け入れ施設）において児童が 18 歳を迎えた場合、施設を退所しなければいけない問題が発生しており対応に苦慮している。</p>			
2 事業の狙い(上記 1 の必要性に対する本事業の目的・目標について記載する)			
<p>鹿児島県下の養護施設及び障害者施設（全 16 施設）に所属する中学生及び高校生に対し飲食業の魅力を伝えるための講演会を該当施設で行う。その後 各施設で飲食業に興味をもった中学生 高校生を対象に組合登録店舗が「職場体験学習」の受け入れをする。その後 将来の就職先として飲食業を選択した対象者に対しては養護施設関係者と密接に連絡をとり施設卒園後の生活までをサポートする体制を作り飲食業の後継者不足を解消していく。</p>			
3 本事業の成果(この事業の実施により得られる成果について記載する。数値化できるものは数値化する)			
① 活動指標	② 成果指標		
<p>飲食店が後継者として鹿児島県下全 16 養護施設及び障害者施設との連携関係を確立する。その後毎年 養護施設からの飲食業への就労者を出すことを目標とする。</p>	<p>年間 12 回ある県内養護施設定例会に出席し県内飲食業就職案内を定期的に情報発信できる体制を作る。来年度の飲食業就労内定者 5 名以上を目標とする。</p>		
4 事業内容(この事業で何を実施するかについて、その内容を記載する)			
<p>① 全 14 養護施設で飲食業の就労説明会を実施する。 ② 積極的な養護施設に対しては飲食業の基本「手洗い教室」及び比較的年齢の若い飲食業就労者の講話と面談を実施する ③ 組合員向け「養護施設との連携による後継者育成事業」の説明会を実施する。 飲食業就労検討者に対しては飲食店での「職場体験」実施する。</p>			
5 実施方法(上記 4 に記載の事業内容ごとにその実施方法・手順を時系列的に記載する)			
<p>① 組合により「事業推進メンバー」を構成し 14 養護施設が集まる会議に出席。時間を頂き趣旨を説明し各施設代表にアポイントを取る。その後各施設を訪問し職業指導員他職員に対して本事業説明会を実施する。 ② ①を受け 希望養護施設に対し就労予定児童に対し 組合員による「飲食店の魅力」「身近な食中毒」「手洗い教室」他をスライドや手洗い検査機などを使用し飲食業の魅力を伝える。その後 児童に対し魅力を感じたかのアンケートを実施 ③ ①を受け「事業推進メンバー」により問題点抽出を行いその後組合員向け説明会を実施。(状況により養護施設関係者出席による質疑応答の時間を設定する。) ②を受けて実際に飲食業に興味を持った児童に対し養護施設職業指導員と連携し「飲食店」での「職場体験」を実施する。実施後 本人が飲食店の就労を希望した場合、養護施設と密接に連絡を取りながら児童（中卒予定者又は高卒予定者）の就労及び養護施設退所をサポートする。</p>			

(注) 事業ごとに別薬とすること。

事業実施計画書

課題番号

12

実施団体名	滋賀県すし料理生活衛生同業組合		
事業名	HACCP制度化への対応に向けた自主衛生管理推進事業		
国庫補助所要額	1,825千円		
事業実施予定期間	平成31年8月1日から平成32年2月28日まで		
1 事業の必要性			
<p>(1) 消費者ニーズから見た必要性 クドア、アニサキス等、生食用魚介類に起因する健康被害が全国で多発する中、すし料理組合に加入するほぼ全数の事業者が魚介類を生で提供しており、消費者の不安払しょくのためにも、自主衛生管理を徹底し安全な食品を提供する事業者であると認知されることが、業界の重要課題となっていることから、業界としての取り組みを推進し、その取り組みを広く消費者に周知することが重要である。</p> <p>(2) コンプライアンス推進視点からの必要性 食品衛生法が平成30年6月13日に改正され、重要管理点危害要因分析方式（HACCP）方式が制度化されたが、業界全体として遵法意識を持ち迅速な対応を行うことは、事業の社会性を保ちと利用者の信頼を得るために重要である。</p> <p>(3) 経営安定視点からの必要性 食品衛生法の改正により、衛生管理計画書の整備等が求められるが、小規模な事業展開が主となるすし料理事業者が自ら整備するのは困難であり、組合が主体となり対策を講じることは経営安定化を図るうえで必要である。</p> <p>(4) 事業者の意識向上に向けた視点からの必要性 法改正の機会をとらえ、自発的な衛生管理に繋がるように新たな制度や最新の食品安全情報を学習することは業界関係者の衛生管理スキルの向上を図るうえで必要である。</p>			
2 事業の狙い			
<p>(1) 消費者安全の推進 今回の食品衛生法の改正により、制度化されたHACCPの考え方を実際の現場で実践することは、食中毒発生の未然防止に効果的であり、持続可能な自主衛生管理を実践することにより、消費者に対し常に安全な食品を提供できる体制を整備する。</p> <p>(2) 従事者等に対する教育の推進 HACCPの考え方を正しく理解し衛生管理の見える化を進めることにより、安全を確保するうえで必要となる衛生管理手法を正しく認知し、より確実な食の安全を実現する。</p> <p>(3) 組合の組織強化 組合がイニシアチブを取り、最新の情報の提供や制度改正への速やかな対応・対策を講じることにより、業界における生活衛生同業組合の存在意義を明確にし、求心力の向上を図る。</p>			
3 本事業の成果			
① 活動指標		② 成果指標	
<ul style="list-style-type: none"> ・新制度対策講習会の実施回数 3回 ・衛生管理計画書作成演習の実施回数 3回 ・修了証の交付 		<ul style="list-style-type: none"> ・新制度対策講習会における理解度 80% ・組合事業に対する参加者の評価 90点以上 ・受講者の新制度への対策実施率 100% 	
4 事業の内容			
<p>(1) 新制度対策講習会の開催</p> <p>(2) 衛生管理計画書作成演習の開催</p> <p>(3) コンプライアンス推進と自主衛生管理を推進していることを明示するための修了証書の交付</p> <p>(4) 事業効果判定のための追跡調査</p>			

5 実施方法

(1) 新制度対策講習会 (9月)

食品衛生法改正に伴う制度の改正について、その内容と必要な対策を解説、併せて制度化されたHACCPの効用について正しい理解を深めるための講習会を実施する。

開催回数：3回（出席を促すために県内3カ所で開催）

(2) 衛生管理計画書作成演習 (11月)

- ① 衛生管理計画書の必要事項について解説し、衛生管理の必要性について理解を図った後、実際に衛生管理計画書を作成する。
- ② 新制度において求められる衛生管理計画書に基づく記録（衛生管理記録）について解説する。
- ③ 調理提供するメニューの危害要因分析の考え方を解説し、危害要因に対する対策方法についての理解を計った後、実際に自らの店舗において提供するメニューについての危害要因分析を行い、考え方と危害要因の排除方法についての知識を定着させる。

開催回数：3回（出席を促すために県内3カ所で開催）

(3) 修了証書の交付 (1月)

滋賀県すし料理生活衛生同業組合が主体となり開催する演習に参加し、新たな制度に対応完了している施設であることを明示する証票（認定書）を作成する。

(4) 追跡調査 (2月)

ワークショップ参加者に対し、新制度への移行が円滑に行えていることを確認するために、直近1週間分の衛生管理記録の写しの提出を求め、事業効果を判定する。

事業実施計画書

課題番号

20

実施団体名	全国麺類生活衛生同業組合連合会	
事業名	スマートフォン多言語音声ガイドシステム「スマートガイド」を活用したインバウンド対応と麺類食PRによる消費喚起事業	
国庫補助所要額	5,800千円※別紙8所要額内訳書のE欄の額と一致	
事業実施予定期間	2019年10月1日 から 2020年1月31日	
1 事業の必要性(なぜこの事業を実施する必要があるのか、課題は何かについて記載する)		
<p>訪日観光客は、2020 オリンピック・パラリンピック開催に向け、ますます増加するといわれている。日本の食文化が注目される中、如何に「麺類食」に興味を持って「麺類店」を選んでいただくかが課題である。スマートフォン・タブレットで利用可能な多言語音声ガイドシステム「スマートガイド」を利用し、『そば・うどん』の食べ方・栄養価に優れていること・麺類専門店では提供されないそば湯の効能等、麺類店のPRに繋がる項目をガイド化する。5言語による音声ガイドのため、訪日観光客のみならず日本の消費者にもPRができれば広く消費喚起を図りたい。</p>		
2 事業の狙い(上記1の必要性に対する本事業の目的・目標について記載する)		
<p>①スマートフォン・タブレットで利用できる“インバウンド対応”の多言語音声ガイドシステム「スマートガイド」を活用。アプリのダウンロードは必要なく、QRコードを読み取るだけなので、手軽に利用できる。</p> <p>②スマートガイドでは、「そば・うどん」の食べ方、優れた栄養面、そば湯の効能、出汁の特徴などコンテンツごとにガイド化し、麺類店の魅力・情報発信のツールとして活用。</p> <p>③コンテンツ数や内容変更が可能であり、コンテンツを見直すことで継続して高いPR効果が期待できる。</p>		
3 本事業の成果(この事業の実施により得られる成果について記載する。数値化できるものは数値化する)		
①活動指標	②成果指標	
<ul style="list-style-type: none"> ・スマートガイドを活用し、麺類店のPRにつながるコンテンツを『日本語・英語・韓国語・中国語(簡体)・中国語(繁体)』の5言語にて音声ガイドを可能とする。 ・稼働後も、有益なコンテンツに入れ替えるなど、PR効果が継続するよう運営する。 ・利用状況の把握。 	<ul style="list-style-type: none"> ・初期稼働コンテンツ数：10コンテンツ ・スマートガイド利用件数：51,320回 ※会員組合員5,132店舗×10回 	
4 事業内容(この事業で何を実施するかについて、その内容を記載する)		
<p>①麺類店のPRにつながる10コンテンツを『日本語・英語・韓国語・中国語(簡体)・中国語(繁体)』の5言語にて音声ガイドを作成し、スマートガイドを運用する。</p> <p>②スマートガイドの周知</p> <p>③利用状況調査に基づく効果・課題検証。</p>		
5 実施方法(上記4に記載の事業内容ごとにその実施方法・手順を時系列的に記載する)		
<p>①「スマートガイド制作委員会」を設置し、麺類店のPRにつながる10コンテンツを抽出し、各コンテンツのガイド内容を精査・決定する。専門家と打合せを行いながら『日本語・英語・韓国語・中国語(簡体)・中国語(繁体)』の5言語にて音声ガイドを作成し、スマートガイドの運用開始をする。</p> <p>②スマートガイドの周知</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SNSを活用した拡散広告(10万回視聴保証有り) ・連合会ホームページ「そばの散歩道」にて紹介 ・連合会facebook「I Love 麺」にて紹介 ・POPを会員組合員店舗へ10部ずつ配布。各店にて掲示して紹介 ・業界関係誌(紙)へのプレスリリース <p>③利用状況調査に基づく効果・課題検証。</p>		

(注) 事業ごとに別業とすること。