

事業実施計画書

課題番号

21

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	3,832 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30年7月4日 から 平成31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)		
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。 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30年4月には2,975人と、ピーク時の34%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。 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。 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。 昨年度のモデル事業等を通じて、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。 平成30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、更なるニーズ等の把握に努めるなど検討・研究してまいりたい。また、将来に向けた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。		
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)		
1 生活衛生サービスの高齢者生活へのアプローチ ○<u>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</u> ○福祉施設の利用者へのサービス展開 ・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<u>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</u> 2 生活衛生業のイメージアップ		
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	
○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 ・4地区 計4回の開催を予定 ・参加予定者数: <u>延べ120名</u> ○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。 ・サービスメニュー案の検討	○地域福祉分野との連携体制の構築 ・4地区 ○参加事業者店舗への告知等による来店者 ・<u>チラシ告知の来店者: 3名以上</u> ○アンケートによるモデル事業の検証 ・満足した: <u>参加者の80%以上</u>	
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)		
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) 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 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。 4 役割等 ○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12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）
- (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）
- (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）
- (4) 専門部会（本格事業実施を見据えた情報発信策の検討など）
- (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4地区合同開催を予定）

(1) 盛岡地区

- ・第一回：7月9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
（H30事業の進め方、交流サロン等でのモデル事業案の検討）
- ・第二回：1月7日（月）、報告書等構成協議、H31年度展開案検討

(2) 北上地区

- ・第一回：7月9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
（H30事業の進め方、交流サロン等でのモデル事業案の検討）
- ・第二回：2月18日（月）、報告書等構成協議、H31年度展開案検討

(3) 宮古地区

- ・第一回：7月9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
（H30事業の進め方、交流サロン等でのモデル事業案の検討）
- ・第二回：2月18日（月）、報告書等構成協議、H31年度展開案検討

(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
（H30事業の進め方、交流サロン等でのモデル事業案の検討）
- ・第二回：1月28日（月）、報告書等構成協議、H31年度展開案検討

2 モデル事業の実施

(1) 盛岡地区

- ・11月5日（月）：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

(2) 北上地区

- ・10月22日（月）：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

(3) 宮古地区

- ・9月3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

(4) 久慈地区

- ・12月3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

3 交流サロン（寄合い場所）の発掘

盛岡地区、北上地区、宮古地区、久慈地区において、本事業の協力拠点となる交流サロンを発掘し、同地区における本事業の実施をサポートする体制を構築する。

4 専門部会（本格事業実施を見据えた情報発信策の検討等）

- ・専門アドバイザーと企画検討委員等との意見交換 3回予定（7月、11月、1月）

5 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）

6 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）事業ごとに別表とすること。

（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

16

実施団体名	石川県美容業生活衛生同業組合		
事業名	法令順守での、BA石川・美容師による、和・洋ブライダル業務推進事業		
国庫補助所要額	2,000千円※別紙9所要額内訳書D欄の額と一致		
事業実施予定期間	平成30年7月1日 から 平成31年3月20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)			
近年、美容師のみに業務が認められているヘア・メイクを駆使しての「和・洋花嫁づくり」や「婚礼・祝い事に関係する一般着付け等」の業務が美容師の手から離れつつあります。このような状況を手放して放置することは、美容師・美容業にとってのマイナスだけでなく、消費者にとって、一生に一度の夢のセレモニーに対する安心・安全・信頼をも失うことになります。 また一方では、和・洋婚礼様式・会場も多様化しており、その顧客勧誘や実施もプロデュース会社等が大きく関わっており、美容師では到底対応できない状況にもあります。 加えて、一部着物レンタル業者の不祥事が世間を大きく騒がしましたが、レンタル会社だけではなく美容業界や美容師の信用を失う可能性もあります。 石川県美容組合では、従来からヘア・メイク・着付け等美容業務に関係する技術向上に取り組んできましたが、上記の状況に対応すべく下記事業を実施し、諸課題の解消に向け取り組むと共に、将来に向け美容師が夢と希望をもって切磋琢磨できる美容業界づくりの一助にするべく事業と位置づけ計画いたしました。 また今回の事業を通じて、組合員・美容師だけではなく、組合未加入サロン・美容師にも理解を頂き、組合加入のきっかけづくりにもしたいと思っています。			
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)			
BA石川組合員・スタッフに、美容師にしかできないヘア・メイク技術を駆使しての「和・洋ブライダル業務」の大切さを再認識いただき、零細・小サロンであっても実務可能なチームづくりと、ブライダル関係先等とも連携した「BA石川ブライダル・ビジネスプラン」を構築すると共にブライダルビジネスにおける「現場力」向上を目指す。 その上で地域社会や消費者と一体となつての安心・信頼の美容サロン・美容師づくりを目的・目標とする。			
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)			
【活動指標】		【成果指標】	
① 検討会の開催(組合側委員10名、専門委員1名)……………4回開催 ② ブライダル関係会社等との意見交換会の開催……………2回開催 ③ ブライダル関係会社等へのアンケートの実施……………対象 100社 ④ ブライダル関係会社等への意見交換会参加呼びかけ…対象 100社 ⑤ ブライダル式場関係等への事業連携個別訪問の実施…対象 10社 ⑥ 組合員アンケート実施……………対象 830店 ⑦ 組合員・スタッフ、オリエンテーション参加呼びかけ…対象 2,000名 ⑧ 「BA石川ブライダル美容師」認証者養成研修呼びかけ…対象 2,000名 ⑨ 金沢フォーラス「ブライダルPRショー」来場者呼びかけ…対象 20,000名 ⑩ 「BA石川ブライダル美容師」広報リーフレット印刷・配布 組合員店…830店×5枚=4,150枚 認証者店…50店×50枚=2,500枚 予備……………850枚……………合計 7,500枚 ⑪ 報告書作成・配布(組合員+関係者)……………900部		③ 回答目標……………40社(回答率:40%) ④ 参加目標……………20社(参加率:20%) ⑤ 連携参加目標……4社(参加率:40%) ⑥ 回答目標……………500店(回答率:60%) ⑦ 参加目標……………100名(参加率:5%) ⑧ 参加目標……………50名(参加率:2.5%) ⑨ 来場目標……2,000名(来場率:10%)	
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)			
① 検討会の開催。 ② ブライダル関連団体・会社等との意見交換会を開催。現状の問題点等を確認し、BA石川・組合員との連携システムづくりを提案・構築を目指す。 また、意見交換会前後に何社かを個別訪問し、事前説明と事業連携協力を呼びかける。 ③ 組合員の「和・洋ブライダル」への関わり方の現状把握と今後の関わり方の調査・検証。 ④ ブライダル業務推進のための、関係法令、婚礼知識・技術等認証制度、ブライダルチームづくりとビジネスプラン等々の			

「事業説明オリエンテーション」の開催で業務充実を呼びかけ賛同者を募る。

- ⑤ 「BA石川・ブライダル美容師/認証制度」づくりと「認証者養成研修」開催で、ブライダル業務推進の先導者を養成する。
- ⑥ BA石川、組合員・スタッフによる「和・洋ブライダル&ヘア・メイク・一般着付け等 PR ショー」の開催で、法令遵守による日々の業務で、地域社会や消費者にとって“美”の良き安心・信頼のパートナーであることを広報する PR ショーを開催する。広報チラシを作成・配布する。
- ⑦ BA石川・組合員、ブライダル美容師認証者サロンより顧客へ、広報リーフレットを作成・配布する。
- ⑧ 事業終了時には、本事業の報告書を作成し、組合員・関係先に配布、更なるご理解・協力をお願いする。

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 検討会の開催。
 - ・ブライダルに関係する専門家を交えた検討会を開催し、事業目的・目標の確認並びに事業内容実施詳細を検討する。
 - ・各事業進捗状況を確認しながら必要ならば修正を検討・実施に反映させる。
 - ・事業結果の検証を行い、組合員への報告書作成と、事業終了後も更なるビジネス化へ取り組むことを提唱する。
 - ・検討会:4回開催。組合側委員10名、専門家1名(2回参加)
- ② ブライダル関係団体・会社等へのアンケートの実施。関係先の個別説明訪問。意見交換会の開催。
 - ・式場・ホテル・料亭・レストラン、石川県貸衣装連盟、石川県営業写真家協会等ブライダル関係会社等にアンケートの実施。
 - ・ブライダルの現状や問題点、美容師法、石川県・金沢市の婚礼に係る出張美容の条例等々について意見交換会を開催。
 - ・法令遵守のもと「BA石川ブライダル美容師」とブライダルビジネスの連携を呼びかけ、実務に結びつく事例をつくる。
 - ・意見交換会:20社×2回開催。
 - ・式場等関係先の個別訪問実施で連携協力会社を募る。10社位を訪問し、4社位の連携目標。(個別訪問、専門家同行)
- ③ 組合員へのアンケートの実施。
 - ・組合員に対し、過去・現在・これからのブライダルの取組み意向や、オリエンテーション参加意向のアンケートを実施し、組合員の意識調査と問題点を把握の上で諸事業実施に反映させる。
 - ・対象組合員:830店
- ④ 組合員・スタッフ対象の「事業説明オリエンテーション」の開催。
 - ・「BA石川ブライダル美容師/認証制度」、零細・小サロン仲間によるチームづくり、ブライダルビジネス等々を説明するオリエンテーションの開催・募集を、役員会・総代会・告知チラシ等でおこなう。
 - ・「オリエンテーション」用テキストの編纂。(外部委託)
 - ・組合員・スタッフ100名の参加が目標。
- ⑤ 「BA石川・ブライダル美容師/認証制度」づくりと「認証者養成研修」の実施。
 - ・社会・消費者・ブライダル関係者、BA石川組合員・スタッフ、組合未加入サロン・美容師、石川県・金沢市等の行政関係者等々から一様に評価される「認証制度」づくりと「認証者養成研修」が重要。
 - ・また制度を活かしての「ビジネスプラン」の構築と実施取組み事例の開始も急務である。
 - ・「認証者養成研修」用テキストの編纂・印刷。(外部委託)
 - ・「認証者養成研修」受講・認証者:50名が目標。
- ⑥ 「和・洋ブライダル&ヘア・メイク・一般着付け等、PR ショー」の開催。広報チラシの印刷・配布。
 - ・事業開始から3ヶ月が経過した10月8日(月・祝)に、特に多くの顧客が訪れる金沢駅前ショッピングビル・金沢フォーラス6Fにおいてam10:00~pm5:00頃までの間、「美容師にしか業務ができない和・洋ブライダル」PR ショーを開催。
 - ・美容師・貸衣装店・写真スタジオ等ブライダル関係者が来場者と一体になってのヘア・メイク・ブライダルショーで美容のすばらしさを発信。
 - ・参加美容師・・・100名、モデル40名(内、観客10名)、観客延べ人数2,000名、マスコミに取材・報道を依頼
- ⑦ BA石川ブライダル美容師認証者サロンより顧客へ、広報リーフレットの作成・配布。
 - ・認証者サロンが積極的に自店の顧客・知人等より幅広くブライダル顧客・関連情報を収集し、自店・チームのブライダルビジネス並びに関連業務に結びつけるためのツール、ブライダル広報リーフレットを制作し、法令遵守による美容師によるブライダル業務担当をアピールし、業務推進拡大を図る。
 - ・組合員店・・・830店×5枚=4,150枚、認証店・・・50店×50枚=2,500枚、予備・・・850枚、合計・・・7,500枚
- ⑧ 組合員・関係者へ配布の、報告書の印刷。
 - ・事業それぞれの推進状況やその結果・課題・成果を評価し、ブライダルビジネスの強化への課題を見いだし先々への取組み課題とする。

(注) 事業ごとに別業とすること。

事業実施計画書

課題番号

7

実施団体名	全国興行生活衛生同業組合連合会		
事業名	映画感想文コンクール 2018 に参画		
国庫補助所要額	5,010 千円 ※別紙 9 所要額内訳書の D 欄の額と一致		
事業実施予定期間	平成 30 年 7 月 1 日 から 平成 31 年 2 月 10 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)			
TV での映画放映が減ってきており、WEB 動画などのコンテンツが増えていく昨今、映画の将来を見据えると幼少期からの映画体験の機会を創出していくということは、今後の映画人口の拡大や映画文化の振興において非常に必要な事だと考えられる。また、幼少期に映画を観るということだけでなく、自分の体験に結びつけて考えさせ感想文にすることが、より作品の理解度を深め、映画を通して学び成長していくことに繋がる。その体験があることで、将来的な映画ファンの創出にも繋がっていくと考えられる。			
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)			
幼少期からの映画体験を創出し、映画ファンを育てる取り組みをしている「映画感想文コンクール」に、全国興行生活衛生同業組合連合会も特別協力という形で参加し支援する。「映画感想文コンクール」の認知度をさらに拡大し、応募数の増加を目的としていくことで、共通の目的である「幼少期からの映画体験の創出」「将来的な映画ファンを育てる」というところを目指していく。また、今回より応募対象を中学生まで拡大する。			
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 応募期間：平成 30 年 7 月 1 日～9 月 14 日 表彰式：平成 30 年 11 月頃（地方大会） 平成 31 年 2 月 10 日（全国大会） 応募対象：小学生、中学生		②成果指標 昨年に応募数 2,013 編に対して、今年は 3,000 編を目指す。	
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)			
①小学校に対しての案内を強化し、中学校への案内も新たに行う。 コンクールの認知拡大を計り、学校単位での団体応募を積極的に促す。 ②親子に対しての告知を拡大し、家庭でコンクールに取り組んでもらい参加を促す。 ③応募を集計、審査、表彰する			
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学校へのアプローチ ・夏休み前に小中学校の先生方へ案内リーフレットを送付（今回は小学校 6,869 校、中学校 10,500 校を新たに拡大、これにより全国全ての小中学校 30,157 校へ案内できる） ・リーフレットには、映画感想文の教育的メリット、応募要項、映画感想文の書き方、おすすめ映画などを記載 ・学校で参加してもらいやすいよう団体賞や参加賞を設定 ・300 校の小中学校に対しては、電話などで直接先生にアプローチをとり学校で取り組んでもらう ・夏休み前に日本教育新聞の誌面（237,818 部 10 段）で映画感想文コンクールを告知して、小中学校へアピール			
②親子に対してのアプローチ ・夏休み前、夏休み中に朝日小学生新聞の誌面（105,161 部 10 段）で映画感想文コンクールの告知を行う ・映画館などでチラシを設置（7 月末ごろより 300 カ所、6 万部を予定）			
③9 月 14 日に応募を締め切り、応募の集計、審査をする。地方大会の優秀賞、全国大会の最優秀賞、団体賞、参加賞の受賞者、受賞校には連絡後、副賞を送付。全国大会の最優秀賞受賞者は、平成 31 年 2 月 10 日のキネマ旬報ベスト・テンの表彰式内で表彰する。			

(注) 事業ごとに別葉とすること。

事業実施計画書－①

		課題番号
		4・5
実施団体名	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会	
事業名	組合員への長期間放置品解消対策普及啓発 並びに利用者への周知推進事業	
国庫補助所要額	9,950 千円	
事業実施予定期間	平成 30 年 7 月 1 日 から 平成 31 年 3 月 20 日	
1 事業の必要性		
○平成 28・29 年度の 2 年間にわたって調査・検討を重ねてきた、顧客側の都合でクリーニング完成品を引き取りに来ない、いわゆる長期間放置品解消対策について、平成 29 年度末に一定の方向性を取りまとめることができた。この方向性は、過去からある放置品の処分方法と今後長期間放置品を発生させないための方策の 2 つの構成となる。 ○これらの方針は、いずれも長い間続いてきたクリーニングの慣習を変えることから、早急に組合員を中心としたクリーニング事業者とその間が肩を十分理解していただくとともに、その対応についても早い段階から実践していただくことが必要となる。 ○このため、長期間放置品解消に向けた対応マニュアルを作成し、これを全組合員に頒布するとともに、併せて全国 10 ヶ所で組合役員等を中心とした講習会を開催する。 ○一方、利用者にも趣旨をご理解いただき、かつ協力していただくことが不可欠なことから、一般消費者に広く周知していくための広報活動を強力に展開していくことも必要となる。 ○具体的には、店頭掲示用のステッカーを作成して組合員に頒布するとともに、平成 30 年 10 月 1 日をめどに一般メディア向けに記者発表を行い、これらの媒体を通じて普及啓発を促進する。 ○本諸活動の推進を通じて、最終的には長期間引き取りに来ないクリーニング品を解消し、もって利用者利益の損失回避、クリーニング経営の健全化に結び付ける。		
2 事業の狙い		
○長期間放置品解消対策のクリーニング業者への普及啓発を通じて実践促進 ○長期間放置品解消対策の利用者への普及啓発を通じて理解・協力推進 ○上記取り組みを通じて利用者利益損失の回避、クリーニング事故の防止対策の向上 ○クリーニング店の衛生水準の向上、コスト削減、サービス向上 ○広報活動を通じた、①正しいクリーニング知識の普及、②衣類保全・保管対策の向上、③組合加盟店 PR(=組合加入促進)		
3 本事業の成果		
①活動指標	②成果指標	
- プロジェクトチーム(PT)の設置 1) マニュアル策定専門 PT 2) 普及啓発 PT - 普及啓発活動 1) 組合員向け 1-1. 対策マニュアルの頒布(8,000 部) 1-2. 組合役員向け講習会(10 ヶ所) 1-3. 全国組合代表者向け講習会(1 回) 2) 利用者(一般消費者)向け 2-1. 店頭掲示ステッカー(8,000 枚) 2-2. 各メディア向け情報発信(委託)	- 各クリーニング店における長期間放置品の解消状況調査(平成 31 年 2 月下旬頃) - クリーニング事故賠償基準の改訂 - 各メディアでの放映・掲載回数	
4 事業内容		
○マニュアル策定専門 PT の開催(2 回) ○前記マニュアルの作成・組合員への頒布(8,000 部) ○普及啓発 PT の開催(7 回)		

- 利用者告知・店頭掲示用ステッカーの作成・頒布(8,000枚)
- 一般マスコミ向け記者発表の実施(PR専門会社に外部委託)
- 組合代表者向け講習会の開催(1回)
- 組合役員向け講習会の開催(全国10ヶ所)
- 組合員向け長期間放置品実態調査の実施(書面調査/200名抽出)
- 利用者向け店頭掲示用「長期間放置品解消告知ステッカー」の作成・頒布(8,000枚)

5 実施方法

○マニュアル策定専門プロジェクトチームの設置

1) 委員構成

氏 名	所 属
杉野 修平	弁護士/杉野法律事務所
田山 輝明	早稲田大学名誉教授/一般社団法人比較後見法制研究所理事長
牛嶋 勉	弁護士/牛嶋・寺前・和田法律事務所
長見 萬里野	一般財団法人日本消費者協会理事長
水野 紀子	東北大学法学部教授
大塚 英明	早稲田大学法学学術院教授
金澤 賢一	弁護士/金澤法律事務所
松村 眞理子	弁護士/真和総合法律事務所

2) 委員会の開催

第1回	7月上旬	マニュアルの構成並びに内容について
第2回	7月下旬	マニュアル内容の最終確認、調整

○普及啓発プロジェクトチームの設置

1) 委員構成

氏 名	役 職 名
小池 広昭	北海道クリーニング生活衛生同業組合 理事長
伊澤 勝令	東京都クリーニング生活衛生同業組合 理事長
石田 泰山	静岡県クリーニング生活衛生同業組委 理事長
小倉 正基	和歌山県クリーニング業生活衛生同業組合 理事長
金子 征実	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会事務局長
半田 裕施	全国クリーニング生活衛生同業組合連合会事務局次長

2) 委員会の開催

第1回	7月上旬	プロジェクトの進め方、普及啓発案の検討
第2回	7月中旬	講習会の実施スケジュール、役割分担等確認
第3回	8月下旬	講習会進捗状況確認/メディア告知方法の検討
第4回	9月中旬	記者発表概要確認/一般消費者向けイベント出展内容等検討
第5回	10月下旬	メディア告知等の進捗状況確認/全国代表者会議の運営方法等検討
第6回	1月中旬	組合員向け調査方法、内容等検討
第7回	3月上旬	組合員調査結果の分析、次年度以降対応方法の検討

○組合向け解消対策普及講習会の開催

①組合代表者向け普及講習会の開催

日 時：平成30年11月下旬(2日間)

場 所：東京都内

内 容：マニュアルに基づく概要説明、実施後の組合員並びに利用者の反応等に関する意見交換等

対 象：都道府県組合理事長またはクリーニング安全安心対策指導員

②組合役員向け普及講習会

日 時：平成30年7月～9月

場 所：全国10ヶ所(札幌市、盛岡市、さいたま市、東京都内、横浜市、名古屋市、大阪市、広島市、高知市、熊本市)

○利用者向け普及活動

①一般メディア向け記者発表の開催

日 時：平成30年10月1日公表(予定)

実施方法：専門のPR会社に委託

目的・内容：長期間放置品解消に向けたクリーニング店の対応方法、並びに不可欠な利用者側の協力依頼事項の告知等

②店頭掲示ステッカーによる利用者啓発

前記記者発表のタイミングに合わせて、長期間放置品解消に向けた店頭掲示用告知ステッカーを全組合員に配布し、メディアとの相乗効果による啓発促進を行う。

○成果物

①長期間放置品解消マニュアル

作成枚数：8,000部(全組合員に配布)

②利用者向け店頭掲示用「長期間放置品解消告知ステッカー

作成枚数：8,000枚(全組合員に配布)

○書面調査の実施

調査対象：全国の組合員より200名を抽出

調査方法：1組合当たり4～5名の組合員を抽出。各組合で配布・回収を依頼。

調査内容：解消対策実施後の長期間放置品(数)の変化、利用者の反応 等

実施時期：平成31年2月中旬～3月上旬

事業実施計画書

課題番号

7

実施団体名	大阪府公衆浴場業生活衛生同業組合	
事業名	「お風呂やさんをかこう！」	
国庫補助所要額	649千円※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30年7月1日 から 平成31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)		
少子化社会のなか、銭湯入浴の経験がない子どもが増えていくなか、銭湯文化の継承・若年世代層の利用促進を目的に、当組合では、保育所・幼稚園・小学生を対象に「親子ふれあいディ」事業（保護者1人に付きこども3人無料入浴）や「浴育事業」に取り組んでいる。（府内50施設で実施） しかしながら、これらのイベント時においては子ども層の利用が一時的に増加するものの、行事時以降の利用・定着が乏しい状況にある。 入浴した児童・園児・保護者の継続的な利用を図るとともに、銭湯の魅力を広く周知することが必要である。		
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)		
本事業は、これまでの「こども入浴事業」をベースに、児童・園児に銭湯や入浴体験を描く機会を提供し、銭湯をより身近なものにしてみようとするとともに、その楽しさ・魅力を近隣住民・教育施設等にPRす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	②成果指標	
「こども入浴事業」と連動した絵画コンクール ・予定募集作品数：2,000点 ・絵画コンクール協力銭湯：15～20施設	平成31年1月を目途に絵画コンクール協力施設を対象にアンケートを実施し、以下の事業成果について把握する。 ・コンクール実施後における家族層の利用 ⇒増加との回答施設が50%以上を目標 ・コンクールの実施により家族利用が定着 ⇒増加との回答施設が50%以上を目標	
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)		
①事業実行委員会の設置 ②関係者説明会の開催 ③絵画の募集 ④優秀作品選考・表彰・展示会の開催 ⑤優秀作品の活用 ⑥利用実態の把握		
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事業実行委員会の設置 ・教育関係者、児童絵画主宰者、銭湯関係者で構成する事業実行委員会を設置する。（開催回数：2回） ・募集要項の策定、優秀作品の選考、事後評価等を行う。 ②関係者説明会の開催 ・事業参加銭湯、教育機関等を対象とする説明会を開催し、「こども入浴事業」と連動した絵画コンクールの実施についての周知、協力の徹底を図る。 ③絵画の募集 ・こども入浴事業開催施設（15～20施設）、近隣の保育所・幼稚園・小学校等を通じて入浴体験絵画の募集を行う。 ・予定募集作品数：2,000点 ④優秀作品選考・表彰・展示会の開催 ・上記①の事業実行委員会において優秀作品の選考を行い、優秀作品に対し表彰を行う。 ・優秀作品受賞者への景品、参加者への景品は組合自己財源にて用意する。 ・応募された作品については、絵画のモデルとなった浴場施設において一定期間展示を行うことで、参加者家族の		

銭湯利用の促進・定着化を目指す。

⑤優秀作品の活用

- ・優秀作品については、毎年組合が作成するカレンダーのデザインで活用するなど、子どもたちや家族の参加意欲を高める工夫をする。

⑥利用実態の把握

- ・コンクール終了後、平成31年1月を目途に家族・子ども層の利用者数、利用頻度の改善等に対する本事業の効果についてのアンケートを実施し、事業成果として把握する。

(注) 事業ごとに別葉とすること。

事業実施計画書

課題番号

1 3

実施団体名	全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会		
事業名	地震等災害時の旅館ホテルによる地域の支援等に関する取組		
国庫補助所要額	2,490 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 30 年 7 月 1 日 から 平成 31 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)			
・地域の核である旅館ホテルは、地震等の自然災害に適切に対処する必要がある。 ・第 21 回「人に優しい地域の宿づくり賞」の厚生労働大臣賞に、熊本県旅館ホテル生活衛生同業組合「熊本地震の教訓と総括 ～被災者受入事業の実践と宿泊施設提供事業マニュアルの作成～」が内定（正式には 6 月 6 日開催の全旅連全国大会にて発表及び表彰）。 ・平成 28 年 4 月の熊本地震の経験や熊本県組合の取り組みを全国に発信して啓発普及を図る。			
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)			
・災害時における旅館ホテル並びに都道府県及び地域組合の対応力の向上 ・「人に優しい地域の宿づくり賞（厚生労働省後援）」選考委員、熊本県庁、熊本県組合の協力を得て、全国の旅館ホテル向けのマニュアルを作成 ・「要配慮者（高齢者、障がい者、妊産婦、乳幼児、要介護者、病弱者等で避難所での生活に特別な配慮が必要な方）」の旅館ホテルへの円滑な避難			
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	
・都道府県組合を対象に研修会の開催（1 回） ・マニュアルの作成・配布（18,000 部）		・都道府県組合と情報交換し、災害協定等の現状を把握 ・熊本地震等の対応をマニュアルに反映し、組合や組合員施設が取り組むべきことを整理	
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)			
5 月 23 日に「人に優しい地域の宿づくり賞」選考委員による現地調査を実施し、熊本県庁の担当官と熊本県組合の事務局長から説明を受けている。 ①選考委員によるマニュアルの再編集 ②研修会の開催 ③マニュアルの作成・配布			
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「人に優しい地域の宿づくり賞」選考委員による、熊本県で作成したマニュアルを全国の旅館ホテル向けに再編集（7 月以降） ②熊本県から講師を招き、都道府県組合を対象にした研修会を開催（9～11 月） ③全旅連版の宿泊施設提供事業マニュアルの作成・配布（12 月～3 月）			

(注) 事業ごとに別葉とすること。

事業実施計画書

課題番号

21

実施団体名	奈良県飲食生活衛生同業組合（理容・美容業・クリーニング業・公衆浴場業組合）
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	約 2, 165 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 30 年 7 月 1 日 から 平成 31 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 奈良県の人口が 140 万人を切り 130 万人台で減少傾向で推移する中、高齢化率は 29.5%と国の 27.3%を上回る超高齢社会となっており、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ている。

また、国においては、規制改革を進める中、理美容サービスの規制の見直しがなされ、『出張理美容に係る規制の見直し』として『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』の判断基準の明確化がなされ、更に拡大として、『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』者にまで拡大され、28年3月24日に通知されたところである。

このような状況を踏まえ、町の散髪屋さんや町的美容院として地域に密着して営業してきた理容・美容のみならず、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及びご近所に出前等の宅配を行ってきた飲食業が中心に県内生活衛生業界が、外出困難者に対する訪問サービスの推進とおもてなしによる外出機会の創出が必要と認識。

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、昨今の子ども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ども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必要と認識。

これらを踏まえ、各組合が協力・連携して、地域に密着した生活衛生サービスの仕組みと体制を作り広報等することにより、地域社会への貢献と生活衛生営業の振興に繋げようということになった。

2 これまでの状況と今後の展開

初年度、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。平成 29 年度の厚労省事業に応募し採択して頂いた。実施内容は以下のとおり。

○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。協議会を2回、推進部会を7回実施。

○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

登録店を募集（計画 310 店舗）・（登録 326 店舗（訪問 296 店舗、おもてなし 30 店舗））

登録店研修を実施（理容 3 回、美容 2 回、クリーニング 1 回、飲食 2 回）

○安心・快適奈良くらしの応援団パンフレット作成・配布・広報

9 月から作成・検討開始。11 月までに校正等を終え 12 月・1 月・3 月にかけ合計 25,000 部を印刷、登録店に設置・配布開始し、更に 1 月から市町村・マスコミ及び関係機関に向けて広報開始。登録店用ステッカーも作成。

○安心・快適奈良くらしの応援団ホームページ作成・広報

パンフレット作成と同時平行でHPも作成。12 月に立ち上げ、3 月にかけて SNS も開始。

○安心・快適奈良くらしの応援団事業成果アンケート実施・集計

登録店向けと利用者向けのアンケートを実施、2 月中旬と 3 月初旬に回収・集計。

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)は、計画より少し遅れたが「安心・快適奈良くらしの応援団」の体制と仕組みをじっくりと作り、登録店募集(計画310店舗)・登録(326店舗)・研修、パンフレット作成・配布と、HP立ち上げにより事業と広報を開始した。

○ 安心・快適奈良くらしの応援団登録店326店舗(計画310店舗)

○ 安心・快適奈良くらしの応援団広報活動。

・パンフレット作成・配布2万5千部

・HP(<http://www.seiei.or.jp/nara/>)作成・立ち上げ12月、3月初旬にSNS(facebook)も開始。

○ サービス利用者アンケートの実施・回収・集計で満足度88%

○ サービス提供店舗アンケートの実施・回収・集計で満足度72%

◎ 初年度(29年度)は体制作りから、パンフ・HP制作等広報開始にまでに時間がかかり、アンケートの実施集計期間が短かった。

◎ 2年目からは、参加組合及び登録店舗数の拡大と、生衛元気プロジェクト・おもてなしメニューの内容拡充。そして、市町村との見守り協定締結を進めるなど、認知度向上と内容の充実が必要と認識。

4 参考

奈良県人口 : 1,356,319人(平成28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: 397,320人(平成28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28年には高齢者数は397,320人、高齢化率は29.5%に達した。これは全国平均の27.3%を上回っている。

高齢者がいる世帯割合: 46.7% (59,231世帯、2015年)

高齢者夫婦のみの世帯割合: 15.7% (83,130世帯、2015年)

高齢単身世帯割合: 11.19% (59,231世帯、2015年)

要介護認定者数: 70,269人 (H27.10)

高齢者福祉施設数 : 養護老人ホーム 12施設・850人、特別養護老人ホーム 100施設・6,929人(H29.4.1)
経費老人ホーム 40施設・1,483人、有料老人ホーム 90施設・4,634人

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生活衛生サービスにおいて各業種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に出て高齢者向けの料理を楽しんだり、子育てママが安心して子供を連れて食事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等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つけさせることで、高齢者等や子育てママと子供達がよりくらしやすく快適な生活ができる地域社会の実現を目指す。そして、各業種生活衛生事業者が生衛業の魅力を発信することにより、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

① 安心・快適奈良くらしの応援団登録店目標: 450店舗

② 安心・快適奈良くらしの応援団に関するPR活動

・パンフレット作成・配布 30,000部・HP拡充・更新

・チラシ作成・配布 50,000枚・ポスター作成・配布 1,000枚

(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。(出張訪問理容・出張訪問美容、クリーニングの訪問集配、飲食宅配出前)

◎ 「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「おもてなし店」の設定と、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つの体制と仕組みを県内生衛業界が一丸となって取り纏め、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、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。

・具体的内容等は、事業参加5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」登録店募集

・訪問サービス(出張理容・出張美容、クリーニング集配、宅配出前)の可能な「訪問店」の追加募集・登録

- ・高齢者等や子育てママと子供達があえて外出しお店に是非とも足を運んで頂きたい「おもてなし店」の拡充・募集・登録
- 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・出張美容、クリーニング 集配、宅配出前)の技術と心構え、簡易見守り等の「訪問店」向け研修
 - ・「おもてなし店」に来店された高齢者等や子育て中の方々に対する安心・安全・快適な接客法の研修
 - ・新たに追加されたおもてなし美容院とおもてなし浴衣お風呂屋さん研修も実施。
- ④ 「安心・快適奈良くらしの応援団」の広報
 - ・拡充版パンフレット作成・配布 30,000 部、ポスター作成 1,000 枚、チラシ作成・配布 50,000 枚
 - ・HP (SNS 対応) 更新・拡充により広報・宣伝
- ⑤ 「安心・快適奈良くらしの応援団」利用希望者の募集
 - ・パンフレットを、加盟店舗・行政・保健所・地域包括支援センター等に配布。
更にHP及びマスコミ宣伝等広報により利用希望者募集。
- ⑥ 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まもり協定締結の推進。
- ⑦ 「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。(7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月から、計2回開催。
 - ・具体的内容等は、事業参加5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7月から、計7回開催。
- ② 「安心・快適奈良くらしの応援団」登録店募集 (7月～)
 - ・訪問サービス(出張理容・出張美容、クリーニング 集配、宅配出前)の可能な「訪問店」の追加募集・登録
 - ・高齢者等や子育てママと子供達があえて外出しお店に是非とも足を運んで頂きたい「おもてなし店」の募集・登録
- ③ 「安心・快適奈良くらしの応援団」登録店研修 (9月～)
 - ・訪問サービス(出張理容・出張美容、クリーニング 集配、宅配出前)の技術と心構え、簡易見守り等の「訪問店」向け研修
 - ・「おもてなし店」に来店された高齢者等や子育て中の方々に対する安心・安全・快適な接客法の研修
 - ・新たに追加されたおもてなし美容院とおもてなし浴衣お風呂屋さん研修も実施。
- ④ 「安心・快適奈良くらしの応援団」の広報 (10月～)
 - ・拡充版パンフレット作成・配布 30,000 部、ポスター作成 1,000 枚、チラシ作成・配布 50,000 枚
 - ・HP (SNS 対応) 更新・拡充により広報・宣伝
- ⑤ 「安心・快適奈良くらしの応援団」利用希望者募集 (10月～)
 - ・パンフレットを、加盟店舗・行政・保健所・地域包括支援センター等に配布。
更にHP及びマスコミ宣伝等広報により利用希望者募集。
- ⑦ 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まもり協定締結の推進。
- ⑦ 「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(～2月)
 - ・集計・検討と今後のさらなる展開へと繋げる。
 - ・「訪問店」実施店舗及び利用者、「おもてなし店」実施店舗及び利用者にアンケート実施・集計・分析。
反省・修正と翌年度以降へのさらなる展開へと繋げる。

6 翌年度以降への展望

- ・「生衛訪問プロジェクト」「生衛元気プロジェクト」とも、参加業種・組合の拡大と参加店舗の拡大、そしてサービス内容の拡充を図るとともに、地域包括支援センターや福祉施設等への積極的な展開を図るなどし、「安心・快適奈良くらしの応援団」が地域包括支援ネットワークの一端を担えるよう活動してまいりたい。

事業実施計画書

課題番号

16

実施団体名	全国中華料理生活衛生同業組合連合会		
事業名	個店の営業力強化と組織強化及び活性化		
国庫補助所要額	6,000千円※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30年7月1日 から 平成31年2月28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)			
資本力に乏しい零細店舗が大多数を占める当連合会では、材料の大量仕入れによる原価圧縮や低価格商品の大量販売という手法は困難であり、長年の経験で培われた技術と知識をもとに店舗独自のメニューを開発し、他店との差別化を図ることが、顧客獲得および来客数増加のための最も有効な手段であると思われる。また、経営に直結する営業ノウハウや現状分析、流行や嗜好性の変化、経済環境などの知識についても学ぶ機会が少なく、日常に埋没する傾向が見られるため、料理講習会・経営講習会の開催をメインとする事業が最もわかりやすく、有効であるとして、事業展開が求められている。 また、人材育成・事業継承という観点から見た場合、中華業界は、大衆的であるがゆえに魅力に欠けるのか、業界を志向する若者が大きく減少している。そうした事情と併せて、業界全体の隆盛を図るためには、業界全体の注目度を上げ、魅力づくりをして行く必要がある。その為の一手段として、必ず話題になる「春節」をキーワードとして捉え、この時期、中国本土と同様に「水餃子」を食べるというムーブメントを起こして行きたい。 なお、組織力の強化のためには、既存組合へのサポートや未組織県店舗への加入促進活動などが必須と思われるため、例年に引き続き、訪問を含む活動を実施する。			
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)			
・講習会や料理コンテストを通じて新規メニューの開発および経営改善に関するヒントを習得する。 ・業界アピールのためのポスターを作成。昭和60年に当連合会が定めた「毎月15日は中華の日」、昨年、業界の要請を受けて決定した「毎月16日はラーメンの日」の標語の浸透を図るため、一般消費者向けの中華PRチラシを作成。併せて、業界アピールの為に取り組んでいる「春節には水餃子を食べて幸せになろう」キャンペーンのポスターを配布することで業界の認知度を高め、業界振興及び組織強化・活性化を図る。 ・「広い範囲で多くのレシピを収集し、同時に、組合の活性化対策にも繋がる」という意図で開催される、全国中華料理コンテストにおいて、受賞した優秀作品のレシピ集を作成、同時にWEB上に配布してメニュー開発のヒントとすると共に、WEB上で広報することで、マスコミ・一般消費者に広くアピールする。 ・組織拡大のため、新たに加入した香川県組合の組織固め・拡大を中心としたサポート活動を行うとともに、昨年の活動に引き続き、四国地方で残された徳島県、さらに、山形県での新規組合結成の働きかけを試みる。			
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		②成果指標	
・役員料理・経営講習会の開催…地区別に3回開催 ・料理コンテストの優秀作品レシピ集冊子及びWEBページ作成 ・ポスター・イメージアップチラシ作成 水餃子販促ポスター、「中華蘆薈」をテーマとしたイメージアップチラシ		・料理講習会レシピ採用店舗及び経営講習会での改善策採用 店舗目標：参加者全体の60%以上 ・料理コンテスト入賞レシピ活用店舗目標：入賞者の60%以上及び組合員30%以上 ・ポスター及びチラシ配布後の満足度目標：5段階評価で4以上の評価をする組合が60%以上	
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)			
1. 役員料理・経営講習会 「からだに優しい健康料理の開発」をメインテーマに、各地区毎の地産地消メニュー、今後の少子高齢化を睨んだメニューやサービスをテーマとし、地域における指導者を対象に東部、関東、西部の3地区において実施する。なお、受講者は、各地域指導者として本講習会において学んだことを各地域において普及していくことにより、個々の組合員の経営支援を進める。(受講予定者数：3地区合計180名) 2. 料理コンテスト優秀作品レシピ集作成 コンテストの入賞作品中、優秀作品27品のレシピを冊子及びHP公開し、メニュー開発の一助とする。 3. イメージアップポスター及びチラシの作成 ポスターについては、事前に組合と協議を重ね、作成する。また、チラシについては一般消費者向けに「中華料理の優れた特性」と「水餃子」について、興味深い内容を採り上げて訴求するものとする。			

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. 料理・経営講習会…東部、関東、西部地区の組合が主管して、年3回(7月以降)実施する。
開催に当たっては、各地区の担当委員を決め、役員と共に委員会を開催して内容を精査、決定する。
※主管組合は6月開催の理事会にて正式決定する。
2. 料理コンテスト優秀作品レシピ集…全国料理コンテストによって選出された上位優秀作品27点をレシピ集として発行する(冊子及びHP)。※H31年2月末日までに配布・公開予定。
※印刷部数3500部、組合員構成比によって部数を決定し、配布する。
3. イメージアップポスター・チラシの作成配布…各組合から意見を収集した上で、9月末日までに内容を決定し、H31年1月末日までに配布予定。
※印刷部数/水餃子販促ポスター=A3版…3,000部
イメージアップチラシ=A5版4ページ…6万部

(注) 事業ごとに別葉とすること。