

■令和6年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

| 事業番号 | 事業計画者名 | 事業名 | 計画額(円) | 課題番号 | 概要 | 事後評価結果 | 総評 |
|------|---------------------|---|------------|------|--|--------|---|
| 1 | 全国理容生活衛生同業組合連合会 | 儲かる業づくり(ヘアサロンの売れるメニューづくりセミナー) | 53,987,000 | - | 儲かるサロンづくりを目指して、7都道府県組合及び地域で各組合及び地域が設定したテーマのセミナーを開催し、情報発信を行う。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケート調査の結果については、各質問に対する具体的な回答数・割合等の具体的内容を記載すべきである。 |
| 2 | 全日本美容業生活衛生同業組合連合会 | 物価高騰・賃上げ等に対する料金の適正化PR事業 | 25,470,500 | - | 消費者が物価高騰・賃上げ等に対応するための価格転嫁が必要であることを理解し、美容室における料金の適正化が図られ、経営状況が改善されることを目指して、ポスターの掲示を行うとともに、組合員に対して価格転嫁実施有無のアンケートを行う。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果については、図を用いるなど見やすさを意識してほしい。 |
| 3 | 全国興行生活衛生同業組合連合会 | 物価高騰・賃上げ支援のための「中小ミニシアター」支援事業①新規ユーザー獲得による動員アップ | 6,600,000 | - | 物価高騰・賃上げ支援のために、中小のミニシアターを支援すべく、影響力のあるインフルエンサー及び各種メディアを活用しプロモーションを行う。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。計画を下回っている面はあるものの、詳細に成果把握が行われている。賃上げ率の数値的な根拠についても検証が必要。 |
| 4 | 全国興行生活衛生同業組合連合会 | 物価高騰・賃上げ支援のための「中小ミニシアター」支援事業②オンラインチケット開発・応援団連携企画・資金調達 | 15,657,950 | - | 物価高騰・賃上げ支援のために、中小のミニシアターを支援すべく、オンラインチケット販売とSNSプロモーション強化を行うことで新たなファンを獲得を目指す。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。クラウドファンディングの結果が記載されていないシアターについては、あらためて結果を確認・記載すべきである。 |
| 5 | 全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 | クリーニング業の需要回復に向けた利用者PR展開事業(生活衛生関係営業物価高騰・賃上げ等対応支援事業) | 22,000,000 | - | クリーニング業の需要回復のため、イベントの開催やオリジナルグッズを作成し、広報活動等を行う。 | C | 事業成果について、成果指標の1つであるアンケートの結果も記載するように。 |
| 6 | 全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会 | 親子の絆を深めながら銭湯入浴マナーを育むPR事業 | 21,960,108 | - | 「銭湯モンスターぬり絵コンテスト」を行い、未就学児及び小学生に対して、入浴マナーを育む取り組みを行うとともに、公衆浴場の店舗でしか閲覧できない絵本を作成し、子供らに銭湯を好きになってもらうよう企画を行う。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。コンテストの応募数が計画を大きく上回ったことは評価できる。 |
| 7 | 全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会 | 『宿の日』と『宿フェス』を契機とした宿泊業の価格転嫁理解促進事業 | 50,000,000 | - | 物価高騰・賃上げ等の対策として、「宿の日」及び「宿フェス」のブランド価値を確立するために、広告掲載やSNSを活用し、広報を行った。 | C | 事業成果のうち、宿サステナブルアクション導入後の寄付金の状況について、実質的な価格転嫁の有効な方策となり得ているのかどうか、確認・検証が必要である。 |
| 8 | 全国麺類生活衛生同業組合連合会 | 価格転嫁・適正利益についての消費者理解促進事業 | 22,527,200 | - | 価格転嫁・適正価格について消費者の理解が得られるように、ポスターやリーフレット、ノベルティを作成し、利用者に対して広報活動を行った。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートの成果については集計結果があることが望ましい。 |
| 9 | 全国冰雪販売業生活衛生同業組合連合会 | 全氷連統一ブランド「氷屋純氷」の認知度向上を図る事業 価格転嫁の理解促進を図る事業 | 17,000,000 | - | 全氷連統一ブランド「氷屋純氷」の認知度向上を図るため、ウイスキー文化研究所や日本かき氷協会が主催するイベントでのチラシ配布や広告掲載を行うとともに、動画制作等により、幅広くわかりやすい広報を行う。 | C | 概ね計画どおりに進展したと思われるが、肝心の価格転嫁の促進に関する成果も提出されたい。 |
| 10 | 全国食肉生活衛生同業組合連合会 | 経営状況改善・衛生管理等情報提供事業 | 21,709,690 | - | 食肉の安全性や価格転嫁についての情報をプリントしたバイオマス袋(SDGsの一環)を組合員に配布することで、一般消費者の理解を促す。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートからきちんと成果把握が行われている。 |
| 11 | 全国飲食業生活衛生同業組合連合会 | 生活衛生関係営業物価高騰・賃上げ等対応支援事業 | 22,000,000 | - | 物価高騰・賃上げ等の対策として、価格転嫁啓蒙ポスターを掲載し利用者に理解を求めるとともに、セミナーを開催し、組合員に対してコスト削減策や省力化のマニュアルを配布し、取り組みの後押しをする。 | B | 概ね計画どおりに事業を実施できているが、成果としてセミナーの参加者数やセミナー開催による効果などアンケート等で理解度を確認いただきたい。 |
| 12 | 全国すし商生活衛生同業組合連合会 | 生活衛生関係営業物価高騰・賃上げ等対応支援事業 | 19,457,950 | - | 物価高騰・賃上げ等の対策として、すし実技ガイダンスを行い、お客様に対してすしの作り方の説明を行うとともに、価格転嫁についても理解を呼び掛ける。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。 |
| 13 | 全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会 | 消費者への「安全・安心・美味しい鶏肉」の啓発と食鳥肉販売業の魅力発信 | 20,000,000 | - | 消費者への鶏肉の知識等の啓蒙及び利用増につなげるため、パンフレットやポスター、情報のプリントされたビニール袋を作成し、利用者の理解を促す。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートは消費者にも実施することが望ましい。パンフレットに関する指摘は重要である。 |
| 14 | 全国喫茶飲食生活衛生同業組合連合会 | 生活衛生関係営業物価高騰・賃上げ等対応支援事業 | 22,260,295 | - | 物価高騰・賃上げ等の対策として、ポスターやグッズで利用者に理解を促すとともに、勉強会を開催し、価格転嫁や人件費の引上げについての情報収集を行う。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。事業目的である価格転嫁及び人件費の引上げ状況についてはきちんと把握されている。 |
| 15 | 全国社交飲食業生活衛生同業組合連合会 | 令和6年度税制改正(交際費・飲食費)の周知徹底による売上アップ・経営改善支援事業 | 22,000,000 | - | 令和6年度税制改正の交際費の周知により、売上アップ・経営改善支援を行うために、ポスターやカードを作成し、利用者に理解を促すとともに、税制改正についての理解を深めることができるよう事務局会議を開催した。 | C | 事業成果について、売上もインボイスも計画で数値が示されず、結果の数値も示されておらず、根拠がない。 |
| 16 | 全国料理業生活衛生同業組合連合会 | 料理業における物価高騰・賃上げ対策のための広報動画の制作 | 18,618,000 | - | 物価高騰・賃上げ等の対策として、Youtubeの動画を①光熱費②食材費③人件費の項目に分けて作成し、利用者の理解を促す。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。広報動画についてはきちんと成果が把握されている。事業目的に照らせば、価格転嫁や賃上げに関する成果も把握することが望ましい。 |

■令和6年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

| 事業番号 | 事業計画者名 | 事業名 | 計画額(円) | 課題番号 | 概要 | 事後評価結果 | 総評 |
|------|-----------------|--|-------------|----------|--|--------|---|
| 17 | 全国生活衛生営業指導センター | 生活衛生関係営業経営支援事業 | 206,989,000 | - | 都道府県指導センター及び生衛組合と連携し、物価高騰等により厳しい経営環境におかれる生衛業者に対し、専門家等による伴走型の経営相談・経営指導を展開することにより経営状況の改善を促し、業界振興並びに地域活性化を目指すこととする。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。詳細に成果把握が行われている。記載の通り、視聴者数の増加が課題である。 |
| 18 | 青森県理容生活衛生同業組合 | 組合組織強化(後継者育成)及びデジタル化推進事業 | 1,965,600 | 14 | 組合組織強化のため、組合や共済のパンフレットを作成するとともに、組合参加者の交流を図るためイベントを開催する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。事業継承など一定の成果は見られる。新規加入の促進については引き続き努力してほしい。 |
| 19 | 宮城県理容生活衛生同業組合 | 災害復興から儲かる理容業界への普及 | 2,000,000 | 4 | 県内の理容サロンをラジオカーで訪問し、各サロンの特徴や人気メニューを広報することで、各店舗及び理容業界のPRに務めた。 | C | 当初計画の通りに事業が実施されているが、数値的な成果把握が十分に行われていないため、評価が困難である。総評コメントの指摘が反映されていない。 |
| 20 | 千葉県理容生活衛生同業組合 | 理容業を志す後継者の発掘・育成促進活動の実施 | 370,000 | 11 | 地元の中学校で理容体験学習用のDVDを見てもらい、日本の理容技術の高さや仕事の可能性を感じてもらい、理容業を志す後継者の発掘・育成促進活動に務めた。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートの成果については集計結果があることが望ましい。 |
| 21 | 新潟県理容生活衛生同業組合 | 組合員個店のホームページ制作・ブラッシュアップによるDX促進 | 2,621,500 | 4 | DX促進のため、組合員に対してネット予約の対応チラシを配布するとともに、制作会社によるHP制作代行・予約システム導入代行等を行いさらなる促進を促した。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。予約システム導入店舗数は成果として評価できる。システムからの予約数なども把握できることが望ましい。 |
| 22 | 福井県理容生活衛生同業組合 | 生衛業の専門性を活かした顧客づくりの促進 | 2,171,500 | 16 | HPをリニューアルやInstagramの開設するとともに、理容(シェービング)のイベントを開催し、特に若年層の新規顧客開拓を狙う。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。イベントについては一定の成果が得られたものと評価できるが、コメントの内容は真摯に受け止める必要がある。Instagramの運用については見直しを検討しても良いのではないかと。 |
| 23 | 香川県理容生活衛生同業組合 | YouTubeを使って理容の魅力伝えるプロジェクト | 2,005,000 | 16 | ポスターやチラシの作成に加えて、Youtubeに動画をアップすることで、香川県理容組合チャンネルの周知を図るとともに、利用者に対して理容業の魅力の発信に務める。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。25本の動画は一定の成果として評価できる。今後も継続していくことが重要である。 |
| 24 | 熊本県理容生活衛生同業組合 | ホームページを活用した組合組織強化事業 | 2,261,891 | 14 | 組合組織強化のために、公式HPの開設・運営を行うとともに、HPの周知活動として組合内外にチラシを配布する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。今後積極的に周知に努めてほしい。成果については資料が添付されていることが望ましい。 |
| 25 | 全国理容生活衛生同業組合連合会 | デジタルを活用しての「デジ活!儲かる塾」 | 11,371,000 | 4 | 既存の予約システムであるヘアナビの改修を行うとともに、マニュアルや普及セミナーを実施することで、HPや予約システムの導入店舗数を増やすことを目指す。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果物であるセミナーの内容が有益なものであったか否かは、アンケート調査等によって確認・検証すべきである。 |
| 26 | 岩手県美容業生活衛生同業組合 | 生活衛生関係営業地域活性化連携事業 生活衛生サービスの高齢社会アプローチ事業第4章 ～地域包括ケアと連携した『生衛サービス』の展開・充実を目指して～ | 4,907,320 | 22 | 地域包括ケアと連携した生衛サービスを展開・充実を目指して、既存の交流サロンを活用した高齢者を対象とする生衛業の訪問サービス(デモンストレーション事業)の展開を行う。 | A | 先進的モデル事業として評価できる事業である。地域の福祉団体と連携した生衛組合の取組は、地域や当事者にとって好評で、生活衛生業の経営基盤の強化に有用な取り組みである。 |
| 27 | 宮城県美容業生活衛生同業組合 | 組合の組織強化事業-組合事業体感セミナー | 2,572,090 | 10・14・19 | 組合の組織強化のため、セミナーを開催し、地方サロンの経営戦略等の講座を開催する。また、セミナー開催にあたって、DMIによる告知を実施する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。セミナーはきちんと実施されたものと思われるが、アンケートに関する成果資料がないため評価が困難である。 |

■令和6年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

| 事業番号 | 事業計画者名 | 事業名 | 計画額(円) | 課題番号 | 概要 | 事後評価結果 | 総評 |
|------|-------------------|---|-----------|------|---|--------|--|
| 28 | 群馬県美容業生活衛生同業組合 | 着付け未経験者及び初心者へ向けて技術の普及事業 | 1,755,430 | 10 | 「初心者でも怖くない！気軽に着付け講習会」を設置し、着付け未経験者及び初心者へ向けて技術の普及を図る。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。組合の新規加入にもつながることが期待できる事業となっている。実際の参加者数の記載があることが望ましい。 |
| 29 | 神奈川県美容業生活衛生同業組合 | 組合の組織強化(加入促進) | 2,668,800 | 14 | 組合の組織強化のため、HPのリニューアルや組合冊子、組合リーフレット等を作成するとともに、組合QRコードの活用促進として、保健所や県の指導センターに設置する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。加入促進に向けて積極的に活動が行われている。実質増員の目標は高いが、組織強化に向けて活動を継続してほしい。 |
| 30 | 大阪府美容業生活衛生同業組合 | SNS等の情報発信強化による組合の組織強化事業 | 2,030,488 | 14 | 組合の組織強化のため、SNSのショート動画やYouTubeをを作成し、配信する。また、活動指針・組織委員会を開催する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。挑戦的な取り組みであるが、一定の成果は得られている。今後も継続していくことが重要である。 |
| 31 | 宮崎県美容業生活衛生同業組合 | 組合強化(加入促進)事業 | 2,352,640 | 14 | 組合組織強化のため、公式LINEアカウントの開設やHPのリニューアル、加入促進パンフレットの作成を行い、組合の加入促進に取り組む。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。事業期間後もきちんと成果把握を行うべきである。 |
| 32 | 全日本美容業生活衛生同業組合連合会 | 組合の組織強化(加入促進、脱退防止)推進事業 | 9,961,110 | 14 | 組合の組織強化のため、各組合のブロック毎に会議を開催し、①生衛法における生衛組合、連合会の設立目的、意義等②組織強化の必要性③組合・連合会事業④事業継承施策 について理解を深める。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。必要性の高い事業であり、アンケートによる成果把握も行われている。ただ、組合員数の増減の数値がないと評価が難しい点もある。 |
| 33 | 北海道興行生活衛生同業組合 | 映画館メモリアルラリー2024 in HOKKAIDO | 2,500,000 | 16 | 北海道の劇場動員数を増やすために、映画館メモリアルラリーと題してスタンプラリーを開催する。また、ポスターを作成し、事前の告知を行う。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。成果から一定の効果があったものと評価できる。反省点については、今後の事業に活かしてほしい。 |
| 34 | 福井県興行生活衛生同業組合 | 小学生の映画館動員促進事業(少子化・人口減対策)―「映画館がもっとわかる課外授業」 | 1,500,000 | 7 | 小学生の映画館動員数を増加させるために、小学生を映画館に招待し、体験型の映画館ツアーを実施する。映写室での見学に加え、ポップコーンの袋詰め体験なども実施しうえて、予告編を上映することで公開を控えた作品への期待感をアップさせる。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。メディアへの露出は一定の成果として判断できるが、アンケートの結果も提出されたい。 |
| 35 | 生活衛生同業組合愛知県興行協会 | 小学生の映画館動員促進事業(少子化・人口減対策)―「映画館がもっとわかる課外授業」 | 2,000,000 | 7 | 小学生の映画館動員数を増加させるために、小学生を映画館に招待し、体験型の映画館ツアーを実施する。映写室での見学ののちに、新作映画の予告を鑑賞してもらうことで、映画文化の面白さと興味を引きこぎができる。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。メディアへの露出は一定の成果として判断できるが、アンケートの結果も提出されたい。 |
| 36 | 生活衛生同業組合大阪興行協会 | 小学生の映画館動員促進事業(少子化・人口減対策)―「映画館がもっとわかる課外授業」 | 2,000,000 | 7 | 小学生の映画館動員数を増加させるために、小学生を映画館に招待し、体験型の映画館ツアーを実施する。映写室での見学に加えて、特別ゲストの元宝塚映画製作所の撮影監督から、実際に撮影したカメラ等を携えて説明を行う。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。メディアへの露出は一定の成果として判断できるが、アンケートの結果も提出されたい。 |
| 37 | 全国興行生活衛生同業組合連合会 | 小中学生の映画館動員促進事業(少子化・人口減対策)―「映画感想文コンクール」 | 5,500,000 | 7 | 小中学生の映画館動員促進のため、映画感想文コンクールを実施する。また、事前に映画館併設のショッピングモール等で告知を展開し、周知及び応募数の増加につなげる。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。昨年度の数値を上回ったことは成果として評価できる。 |

■令和6年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

| 事業番号 | 事業計画者名 | 事業名 | 計画額(円) | 課題番号 | 概要 | 事後評価結果 | 総評 |
|------|---------------------|--|-----------|------------|---|--------|--|
| 38 | 群馬県クリーニング生活衛生同業組合 | 組合独自ブランド「上州真洗組」のプロモーション強化による消費喚起事業 | 2,200,000 | 4・14・16・20 | 組合の独自ブランドである「上州真洗組」のプロモーション強化をのぼり旗、SNS、ステッカー及びラジオCMで実施することで、消費者の喚起につなげる。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。組合員数の増加にはつながっていないが、アンケートの結果から一定の成果は得られている。新規加入の促進については引き続き努力してほしい。 |
| 39 | 埼玉県クリーニング生活衛生同業組合 | ・建築基準法48条での静岡県の事象に習い埼玉モデルの構築 ・経営者の高齢化が進むクリーニング業への新規参入者を生み出す仕組みの研究・勉強会 | 2,000,000 | 14 | 経営者の高齢化が進むクリーニング業への新規参入者を生み出す仕組みについて、研究及び勉強会の冊子を作成し、講習会参加者に配布する。 | B | 概ね計画どおりに事業を実施できている。将来に向けて意義のある事業内容となっている。講習会については、アンケートでの成果把握があることが望ましい。 |
| 40 | 岐阜県クリーニング業生活衛生同業組合 | クリーニング店のサステナブル活動を通し消費者への正しい情報提供と及び組合加入促進PR事業 | 1,500,000 | 4・14 | ムシューダ防虫カバーの配布を行うことで、クリーニング店のサステナブル活動を通し、消費者への正しい情報提供を行うとともに、ポスターを掲載し、組合の加入を促す。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートによる成果把握も詳細に行われている。 |
| 41 | 熊本県クリーニング生活衛生同業組合 | 顧客満足度向上のための組合員ニーズを集約したWEBアプリ型オリジナルレジシステムの製作 | 2,200,000 | 4・14 | 顧客満足度向上のため、DXセミナーに参加した組合員のニーズに基づき、WEBアプリ型オリジナルレジシステムを製作する。 | C | 当初計画通りにいかなかった面もあるが、将来につながる事業となっている。今後活用できるように引き続き検討してほしい。 |
| 42 | 全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 | クリーニング師の役割実践マニュアルの作成事業 | 2,240,000 | 5 | クリーニング師の役割マニュアルを作成し、クリーニング師研修のテキストとして活用するとともに、クリーニング産業総合展での普及活動を行う。 | C | 事業成果について、作成したマニュアルはニーズが高いものであるが、それ以外の事業が後ろ倒しになっているため計画的に実施されたい。 |
| 43 | 全国クリーニング生活衛生同業組合連合会 | 事故品鑑定と技術情報のデータ統合システムの構築事業 | 6,550,000 | 14 | 組合員が必要とする各種情報をWEB検索できるシステムとして事故品鑑定と技術情報のデータ統合システムの構築を行い、クリーニング技術の向上や繊維製品の取扱いに関する高度な知識の取得を目指す。 | C | 事業成果について、システムはニーズが高いものであるが、明確な成果を提出されたい。 |
| 44 | 千葉県公衆浴場業生活衛生同業組合 | 関東甲信越ぐるっと銭湯巡りⅢ | 2,492,000 | 21 | 銭湯マップとポスターを作成し、銭湯の利用者数の増加を図るとともに、感染防止対策研修会の開催を行い、コロナ禍による銭湯利用者の減少への対策を行う。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。 |
| 45 | 神奈川県公衆浴場業生活衛生同業組合 | 人生100年時代～健康寿命延伸プロジェクト～ | 2,489,200 | 21 | スタンプラリーカードとポスターを作成し、銭湯の利用者数の増加を図るとともに、感染防止対策研修会の開催を行い、コロナ禍による銭湯利用者の減少への対策を行う。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。 |
| 46 | 三重県公衆浴場業生活衛生同業組合 | 三重県公衆浴場PR事業 | 2,500,000 | 16 | 組合HPをリニューアルし、情報発信の強化につなげるとともに、デジタルスタンプラリーを開催し、集客の増加を図る。また、DX講習会を行い、Instagramについて知見を増やすことで、今後の広報活用につなげる。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。事業成果について、デジタルスタンプラリーの参加者数が分からない。また、アンケートの根拠資料を提出されたい。 |
| 47 | 京都府公衆浴場業生活衛生同業組合 | 期間限定「京都銭湯トレカ」を活用した新規顧客獲得大作戦 | 2,556,393 | 16 | 新規顧客拡大のために、京都銭湯トレーディングカードを作成し、日頃銭湯を利用したことがない家族層を中心に利用を促し、収益の向上を図るとともに経営の安定化につなげる。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。トレカの配布数は成果として評価できる。アンケートは根拠資料が添付されていることが望ましい。 |

■令和6年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価＜組合・連合会＞

| 事業番号 | 事業計画者名 | 事業名 | 計画額(円) | 課題番号 | 概要 | 事後評価結果 | 総評 |
|------|--------------------|---|------------|------|---|--------|--|
| 48 | 全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会 | 銭湯スタンプラリー事業の成功に必要な課題を利用者心理から探る定性調査 | 6,532,280 | 16 | 銭湯スタンプラリーは様々な形で実施されているが、企画のマンネリ化や広報宣伝の浸透度合いの不十分さといった課題があるため、利用者心理に基づいた定性調査を行うことで、今後の事業に役立てる。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。今後の施策の参考になる報告書となっている。組合アンケートは根拠資料が添付されていることが望ましい。 |
| 49 | 北海道旅館ホテル生活衛生同業組合 | 旅館ホテルにおけるSDGs検討会 | 2,500,000 | 4 | 旅館ホテルにおけるSDGsを進めていくために、観光庁の職員や北海道運輸局の職員を招いて講演を行い、持続可能な観光に取り組む意義と北海道の観光施策について知識を深める。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。講習会の内容自体はしっかりしたものであるが、成果として具体的なアクションにつながったかが不明瞭である。 |
| 50 | 千葉県旅館ホテル生活衛生同業組合 | 旅の安心・安全 エスカレーター利用マナー啓発運動 | 2,500,000 | 21 | エスカレーターの利用マナーについてのイベントの実施及び検討会を開催し、旅における安心・安全の確保を目指す。また、チラシやキーホルダーを作成し広報活動にも取り組む。 | C | 概ね計画どおりに事業を実施できている。一部の事業成果について根拠資料が添付されていないため、評価が困難である。アンケート調査が行われていないのに成果に数値が示されているのが不明。 |
| 51 | 島根県旅館ホテル生活衛生同業組合 | 障害者差別解消法に基づく取組の宿泊施設への推進 | 2,500,000 | 9 | 障害者差別解消法に基づく取組について、検討会を開催するとともに、対応事例を記載したマニュアルを作成することで、各組合員への情報発信を行い、障害者に対する社会的壁を取り除くことを目的とする。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。今後の施策の参考になるマニュアルとなっている。アンケートは根拠資料が添付されていることが望ましい。 |
| 52 | 愛媛県旅館ホテル生活衛生同業組合 | 働き方改革と人材育成による「安心安全の宿」づくり～トラブルの事前防止と離職率改善に向けて～ | 2,548,130 | 10 | トラブルの事前防止と離職率の改善を目的に、カスハラについての講演を、弁護士の方を講師いお迎えし実施するほか、人手不足解消に向けた講演も行い問題解決につなげる。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。今後の施策の参考になる事業となっている。アンケートの集計結果は成果資料として添付される必要がある。 |
| 53 | 愛媛県旅館ホテル生活衛生同業組合 | 南海トラフ巨大地震を見ずえた生活衛生業の対応方針等策定事業 | 2,959,940 | 22 | 南海トラフ巨大地震を見ずえた対応を策定することを目的に、愛媛大学の地震・防災の専門家による研修会や各店舗に緊急対応時の注意喚起ポスターやパンフレットを配布する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートによる成果把握も行われている。普段からの備えが重要な事業である。 |
| 54 | 高知県旅館ホテル生活衛生同業組合 | こども110番の宿 | 2,495,000 | 10 | ステッカーやチラシを用いて、「こども110番の宿」の広報を行うことで、地域におけるまちづくりの参加及び犯罪が起きにくい環境づくりを実践する。 | C | 事業成果について、十分な根拠資料を提出されたい。 |
| 55 | 長崎県旅館ホテル生活衛生同業組合 | タトゥーフレンドリー事業 | 2,500,000 | 4 | タトゥーを理由に入浴拒否をするのは人権侵害ではないかといった声やカジュアルなタトゥー及び訪日外国人の増加を踏まえ、タトゥーフレンドリーマニュアル、ポスター配布を行い、あり方について検討を促す取り組みを行う。 | C | アンケートについて根拠資料を提出されたい。 |
| 56 | 全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会 | 旅館ホテルにおける外国人旅行者へのホスピタリティ向上対策事業 | 15,000,000 | 16 | 外国人旅行者へのホスピタリティ向上を目的として、翻訳ツールアプリを取り扱う企業との導入検討及びツールの開発を行う。また、プラスチック削減につながるアメニティ等の導入事例の調査を行う。 | C | 最終的な導入施設数がわからなかった。プラスチック削減に関する根拠資料を提出されたい。 |
| 57 | 宮城県麺類飲食業生活衛生同業組合 | 東日本大震災から学ぶ災害対応とBCPマニュアル作成 | 1,676,500 | 13 | 自然災害い対して対策と準備を行うため、東日本大震災から学ぶ災害対応の研修会を行うとともに、BCPマニュアルを作成・配布することで、今後の対策に役立てる。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。今後の施策の参考になるマニュアルとなっている。アンケートは集計結果などの詳細が添付されていることが望ましい。 |

■令和6年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

| 事業番号 | 事業計画者名 | 事業名 | 計画額(円) | 課題番号 | 概要 | 事後評価結果 | 総評 |
|------|--------------------|-------------------------------|-----------|-------|---|--------|---|
| 58 | 千葉県麺類業生活衛生同業組合 | 消費者への情報発信と組合内の情報発信・共有と強化 | 1,797,356 | 4 | 消費者や組合員に対して組合の活動を発信するためにLINE及びHP解説の案内を送るとともに、実行委員会を開催し、SNS活用マニュアル等を用いて研修を行う。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケート結果を踏まえて、情報ツールの利用を苦手としている人へのフォローも継続して取り組んでほしい。 |
| 59 | 神奈川県麺類業生活衛生同業組合 | 蕎麦の魅力発信による売上向上事業 | 1,815,000 | 20 | 蕎麦の魅力発信による売上向上を目指し、消費者向けに組合活動及び事業を周知させるためのポスターや蕎麦の魅力を伝える小冊子を配布する。また、ネット利用の促進のため、講習会を開くとともに、すでに導入済の店主の講義を開催する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。小冊子作成の意義は認められるが、理解度や来客数に関する成果の添付がない点は問題である。 |
| 60 | 三重県麺類業生活衛生同業組合 | 『街のうどん屋さん 御麵印巡り』 | 1,837,000 | 16 | 激しい競争環境下の中、集客効果を得るため、御麵印巡りを実施し雇用創出・日本の食文化の維持・地元住との交流の場の創出等を行う。 | C | 成果指標のうち、より重要と考えられるリピート率については、当該事業前からの顧客を除外して算定しなければ、事業成果を適切に測定できないが、この点が不明である。 |
| 61 | 全国麺類業生活衛生同業組合連合会 | 税制に関する研修事業(相続税の基礎) | 9,004,400 | 15 | 税制に対する理解を深めるため、全国の組合員を対象に生活衛生同業組合又は組合員が利用できる特例措置や事業継承についての研修会を実施し、利用促進を図る。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートは集計結果などの詳細が添付されていることが望ましい。 |
| 62 | 石川県氷雪販売業生活衛生同業組合 | 組合ホームページの制作と氷屋純氷サブ・ブランドの作成 | 2,500,000 | 20 | 氷の購入希望者がスムーズに氷屋を検索することができるように、組合員の名簿を掲載する等のHPの制作を行う。また、HPやチラシを配布することでブランドメッセージの発信を行う。 | C | 事業成果について、ブランドメッセージは作成されているがそれ以外の成果把握が行われていないため評価が困難である。成果物であるブランドメッセージ、HP、チラシ等の内容・評価についても、アンケート調査等により把握・検証すべきである。 |
| 63 | 全国氷雪販売業生活衛生同業組合連合会 | 氷屋純氷ブランドの強化・展開 事業基盤強化 氷屋人材の充実 | 3,500,000 | 11・16 | 氷屋純氷ブランドの強化・展開のために、全氷連ランディングページの作成と組合員HPとの相互リンクを行うとともに、事業基盤強化を目的に組合員ネットワーク構築をすべく、メーリングリストを活用する。 | C | 事業成果について、成果指標が数値として計画も測定もされていない。主たる効果は長期的な影響であったとしても、事業として評価するために、また、事業を改善につなげるためにも、短期的に測定できる代理指標を設定することが望ましい。 |
| 64 | 青森県食肉生活衛生同業組合 | 消費者および食肉販売事業者への情報提供事業 | 2,088,330 | 4 | 一般消費者を対象に情報提供普及素材(情報を記載した除菌シートや保冷バック)を作成・配布し、食肉の衛生管理に関する知識の普及・啓発・食肉の栄養の理解を深める。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートによる成果把握も行われている。 |
| 65 | 福島県食肉生活衛生同業組合 | ふくしま賑わい応援事業 | 1,953,640 | 19 | 地元の専門店をアピールし、地域活性化や復興に貢献するために、動画の作成やイベントへの出店、店舗ガイドマップの作成等を行う。 | C | 概ね計画どおりに事業を実施できているが、報告書に添付されているはずのアンケート等の成果が見られなかった。 |
| 66 | 群馬県食肉生活衛生同業組合 | 食肉の衛生管理意識向上啓発事業 | 2,002,360 | 4 | 一般消費者を対象に情報提供普及素材(情報を記載した除菌シートや保冷バック)を作成・配布し、食肉の衛生管理に関する知識の普及・啓発・食肉の栄養の理解を深める。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。 |
| 67 | 神奈川県食肉生活衛生同業組合 | 食肉の衛生管理等知識の普及・啓発事業 | 1,925,390 | 4 | 一般消費者を対象に情報提供普及素材(「食肉と食中毒」の知識のリーフレットや「HACCPと衛生管理」の知識のリーフレット)を作成・配布し、食肉の衛生管理に関する知識の普及・啓発・食肉の栄養の理解を深める。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。 |

■令和6年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

| 事業番号 | 事業計画者名 | 事業名 | 計画額(円) | 課題番号 | 概要 | 事後評価結果 | 総評 |
|------|-----------------|---|-----------|------|---|--------|---|
| 68 | 山梨県食肉生活衛生同業組合 | 消費者又は利用者への情報提供の推進事業 | 2,013,060 | 4 | 食肉販売業者及び従業員と一般消費者を対象とした食肉の衛生・健康に関する講習会を開催することで、食肉の衛生管理の知識普及と健康情報の理解醸成を図ることにより、食肉販売店の経営の安定化に繋げる。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートについて根拠資料を提出されたい。 |
| 69 | 三重県食肉生活衛生同業組合 | まるっと！せいえいみえデジタルレシートラリー事業 | 3,347,950 | 22 | 一般消費者に対して、組合店舗の利用向上と認知向上のため、地方紙、地方キー局等の協力を経て、レシートラリーを実施する。 | A | 先進的モデル事業として評価できる事業である。各組合員のデジタル化の機運が高まったことは大きな成果として評価できる。アンケート結果を今後の施策に反映してほしい。 |
| 70 | 愛媛県食肉生活衛生同業組合 | 高齢社会の核として地域に貢献する「えひめの生衛地域包括支援事業」Part2 | 1,508,830 | 21 | 高齢社会の核として地域に貢献するために、生衛地域包括支援事業推進委員会を開催するとともに、在宅高齢者又は高齢者施設を対象に訪問等による生活支援事業を実施する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。意義のある事業が実施されたものと思われるが、アンケートの根拠資料を提出されたい。 |
| 71 | 全国食肉生活衛生同業組合連合会 | 食肉の衛生管理等普及・啓発事業 | 7,890,388 | 12 | HACCPの考え方を取り入れた衛生管理の維持・向上のために、食肉販売事業者等を対象とする衛生管理講習会を開催するとともに、衛生自主管理点検資材を配布する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートは自由記述に関する抜粋もあることが望ましい。 |
| 72 | 秋田県飲食業生活衛生同業組合 | サービスの生産性向上の推進 | 2,294,400 | 6 | 飲食店営業における食品ロス削減のため、持ち帰りに関する事業者への理解の向上セミナーを開催するとともに、衛生面等ガイドラインの基礎知識習得セミナーを開催する。 | C | アンケートについて根拠資料が添付されていないため、評価が困難である。 |
| 73 | 岐阜県飲食生活衛生同業組合 | 組合員加入促進における機関紙発行とデジタル化普及推進事業 | 1,941,125 | 14 | 組合員加入促進のため、機関紙において組合員の紹介や、非組合員へのPR等の情報発信を行うとともに、デジタルツール及びSNSの活用方法について講習会を開催する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケート以外の講習会やグループサイトの成果把握もあることが望ましい。 |
| 74 | 静岡県飲食業生活衛生同業組合 | 消費者又は利用者への情報提供の推進(飲食店営業の持続可能な経営推進事業:持続可能な食材調達・省エネ化) | 2,499,220 | 4 | 消費者又は利用者への情報提供の推進のため、持続可能な経営推進委員会を開催し、持続可能な経営ガイドブックを作成するとともに、セミナーを開催する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。今後の施策の参考になるガイドブックとなっている。セミナー終了後の受講者アンケートは根拠資料が添付されていることが望ましい。 |
| 75 | 愛知県飲食生活衛生同業組合 | 災害時の生活衛生関係営業による地域の支援等に関する取組 | 2,300,100 | 13 | 災害時の生活衛生関係営業による地域の支援を充実させるため、災害ラベルの作成や津波の恐ろしさを体感できる3D映像等を視聴するなど、セミナーを開催する。 | C | 成果指標とされる理解度アップ及び成果物であるマニュアルの内容・評価につき、アンケート調査等により把握・検証すべきである。 |
| 76 | 島根県飲食業生活衛生同業組合 | サービスの生産性の向上(飲食店営業の取り組みSDGs) | 2,126,780 | 6 | サービスの生産性の向上のため、飲食店営業のSDGsの取り組みマニュアルブックやポスターを作成し、周知を図る。また、事業継続のための営業方法等経営改善を図るセミナーを開催する。 | C | 意義のある事業が実施されたものと思われるが、アンケートの根拠資料が添付されていないため、評価が困難である。 |
| 77 | 広島県飲食業生活衛生同業組合 | 消費者又は利用者への情報提供の推進 | 2,074,400 | 4 | 食物アレルギーの理解向上や基礎知識の習得、新たなメニュー開発のため、講習会を開催し、関連する冊子の配布も行う。 | C | 事業成果(成果指標)に関する根拠資料を提出されたい。 |

■令和6年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

| 事業番号 | 事業計画者名 | 事業名 | 計画額(円) | 課題番号 | 概要 | 事後評価結果 | 総評 |
|------|-------------------|---|-----------|--------|---|--------|---|
| 78 | 佐賀県飲食業生活衛生同業組合 | 消費者又は利用者への情報提供の推進 | 2,143,800 | 4 | 食物アレルギーの理解向上や基礎知識の習得、アレルギーに対応した新たなメニュー開発のため、セミナーを開催する。 | C | 事業成果(成果指標)に関する根拠資料を提出されたい。 |
| 79 | 沖縄県飲食業生活衛生同業組合 | 組合の組織強化(加入促進) | 2,084,000 | 14 | 組合の組織強化を目的に、小冊子「飲食業組合加入メリット」を作成するとともに、組合加入のメリットを説明するセミナーを6会場で実施する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。セミナーの参加者数が計画を上回っている点は評価できる。組合加入者数は前年度の数値と比較することが望ましい。 |
| 80 | 全国飲食業生活衛生同業組合連合会 | サービスの生産性向上(中小飲食店のデジタル化による生産性向上へのすすめ) | 9,900,000 | 6 | サービスの生産性向上のため、厚労省の発行した事例集を参考に、より具体化した中小飲食店での取り組むマニュアルを作成し、全国組合員へ周知を図る。 | C | 事業成果(成果指標)に関する根拠資料が添付されていないため、評価が困難である。 |
| 81 | 北海道鮭商生活衛生同業組合 | 【1】〈学園×組合〉人手不足対策～SDGs目標〈17〉パートナーシップ 【2】地元客減少対策～SDGs目標〈8〉経済成長 【3】デジタルシフト推進 | 2,000,160 | 16 | 「人手不足」及び「地元客減少」に対応するため、学校法人光塩学園が経営する『光塩学園調理製菓専門学校』ですしの握り方の講習会を開くとともに、オリジナルステッカーの配布及び講習会を実施する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。 |
| 82 | 青森県すし業生活衛生同業組合 | 人材育成及び自己啓発の推進による経営安定化を図る | 1,957,500 | 18 | 技術力UP及び経営力向上研修会を開催するとともに、HACCP対応衛生管理マニュアルの配布をすることで、人材育成及び自己啓発の推進による経営安定化を図る。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。意義のある事業が実施されたものと思われるが、事業成果(成果指標)の根拠資料を提出されたい。 |
| 83 | 埼玉県鮭商生活衛生同業組合 | 新型コロナウイルス感染症の影響による業績悪化からの回復 | 1,832,438 | 20 | 新型コロナウイルス感染症の影響による業績悪化からの回復のために、経営支援のための講習会・インスタグラムやHPの講習会を行い、併せてSNSの取り扱いテキストを作成する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。テキストの内容はわかりやすい。事業成果(成果指標)の根拠資料を提出されたい。 |
| 84 | 千葉県すし商生活衛生同業組合 | 消費者への情報発信と組合内の情報発信・共有と強化 | 1,976,988 | 4・6・17 | 消費者への情報発信と組合内の情報発信・共有と強化のために、SNS活用セミナーの開催やLINE・インスタグラムのマニュアルを配布する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートの結果を踏まえて、今後の展開について検討してほしい。アンケートは根拠資料が添付されていることが望ましい。 |
| 85 | 福井県寿司商生活衛生同業組合 | 組合の組織強化 | 2,260,700 | 14 | 組合の組織強化のために、組合HPを新設するとともに、事前にHPについてパンフレットで新規開業・組合未加入者に周知を行う。 | C | 事業成果について、アクセス数の増加が指標として設定されているが、測定されていない。また、組合加入事業者の増加は、実現できていないだけでなく、原因の分析・考察、次に繋げるための検討ができてない。 |
| 86 | 全国すし商生活衛生同業組合連合会 | 税制等の理解への促進・対応強化 | 7,390,200 | 16 | 税制等への理解の促進・対応強化を目的として、インボイス制度及び電子帳簿保存法のテキストを作成し配布するとともに、HP上で配信を行う。 | C | 成果物であるテキストの内容・評価について、アンケート調査等により把握・検証すべきである。 |
| 87 | 東京都食鳥肉販売業生活衛生同業組合 | 消費者への鶏肉の知識の普及と消費拡大の促進 | 1,800,000 | 4 | 消費者への鶏肉の知識の普及と消費拡大のために、料理講習会を開催するとともに、レシピ集の作成をする。また、衛生啓発等のURLを付記したビニール袋を配布する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。 |

■令和6年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

| 事業番号 | 事業計画者名 | 事業名 | 計画額(円) | 課題番号 | 概要 | 事後評価結果 | 総評 |
|------|---------------------|---|-----------|------|--|--------|--|
| 88 | 愛知県食鳥肉販売業生活衛生同業組合 | 食中毒予防を実施するための衛生事業 | 1,800,000 | 5 | 食中毒予防のために、「カンピロバクター」についての基本的知識、食中毒発生状況、具体的な予防策等について講習会で理解を促す。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートによる成果把握も行われている。食中毒の予防に効果的な事業内容となっている。 |
| 89 | 香川県食鳥肉販売業生活衛生同業組合 | 消費者又は利用者への情報提供の推進及び衛生業の専門性を活かした顧客づくりの推進 | 1,015,000 | 4・16 | 香川県肉フェアに出展し、鶏肉に関するアンケートを来場者をお願いすることで消費者の傾向を把握するとともに、鶏肉の安全・安心を謳ったカレンダーを配布する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケート項目の見直しを含めて、今後の施策を検討してほしい。 |
| 90 | 福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普及促進 | 1,500,000 | 4 | 消費者への鶏肉の知識の普及のために、専門知識を持った講師を招き、組合員及び消費者を集めて研修会を開催する。 | C | 成果物であるレシピ集の内容・評価及びアンケートにより把握するとされた理解度についても、アンケート調査等により把握・検証のうえ明らかにすべきである。 |
| 91 | 全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会 | 消費者への鶏肉の知識普及促進 | 5,500,000 | 4 | 消費者への鶏肉の知識の普及のために、季節需要に合わせたポスターを作成するとともに、鶏肉の知識を記載したパンフレット及び料理カレンダーを作成・配布する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。事業成果(成果指標)の根拠資料が添付されていないため、提出されたい。 |
| 92 | 神奈川県喫茶飲食生活衛生同業組合 | ようこそ神奈川県へ | 2,748,400 | 21 | インバウンドに慣れるための研修を行うとともに、多言語メニュー及び多言語ポップを作成し、外国の方が視覚的に理解してくれる仕組みを作る。 | B | 事業成果(成果指標)の根拠資料が添付されていないため、評価が困難である。 |
| 93 | 高知県喫茶飲食生活衛生同業組合 | 組合の新規加入促進及び組織強化事業 | 1,959,864 | 14 | 組合の新規加入促進及び組織強化のために、パンフレットを作成するとともに、HPを開設する。また、組合員それぞれが抱える問題を意見交換する機会を設ける。 | C | 事業成果について、計画にあるホームページのアクセス数等の成果把握が行われていない。新規組合加入者も目標を大きく下回っている。 |
| 94 | 大分県喫茶飲食生活衛生同業組合 | 組織強化及び組合員加入促進 | 1,980,000 | 14 | 組合強化及び組合加入促進のため、HP及びDMの作成、組織強化実行委員会の設置を実施する。実行委員会の中では「賃金アップ・人手不足」などについて対策を考える。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。事業内容と、成果指標との具体的な名関連性の有無が不明であり、直接の成果物であるDM・HPの内容について、これが成果指標の達成にどの程度役立ち得るものであったのかについての確認・検証が必要である。 |
| 95 | 全国喫茶飲食生活衛生同業組合連合会 | 組合の組織強化 | 7,467,512 | 14 | 組合の組織強化のため、「喫茶飲食店の経営ガイドブック」を作成し、組合員に共有するとともに、事業継承についての研修会を開催し、今後に役立てる。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。事業成果について、「情報ネットワーク」の構築ができていない。参加者数は想定7割、事業継承についての満足度又は理解度は6割程度と、十分な成果が得られているとは言えない。成果指標について評価・考察して次の課題に繋がると良い。たとえば、「事業継承」が経営上の課題となっていることに対するガイドブックについての評価を見ると、「普通」と肯定的な評価ではないものが最多の回答になっている都道府県が5つもある。都道府県ごとの課題の違いなのか、都道府県ごとの取り組みの違いなのか検討されたい。 |
| 96 | 岩手県中華料理生活衛生同業組合 | 脱！低迷期！組合組織強化スタンプラリー事業 | 2,000,000 | 14 | 組合組織強化のために、県内の組合店にてデジタルスタンプラリーを実施する。事前にSNSやテレビで告知をすることで、参加者の増加及び今後の増収につなげる。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。取り組みを通じて得たこと、成果指標の評価・考察を、次の取組に繋がると良い。 |
| 97 | 群馬県中華料理生活衛生同業組合 | 消費者への組合加盟店PR事業 | 2,000,000 | 4 | 消費者又は利用者への情報提供の推進のため、各店の紹介をするためのHPや冊子の内容について検討する委員会を開催する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートについては根拠資料が添付されることが望ましい。 |

■令和6年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

| 事業番号 | 事業計画者名 | 事業名 | 計画額(円) | 課題番号 | 概要 | 事後評価結果 | 総評 |
|------|--------------------|--------------------------------|-----------|-------|--|--------|--|
| 98 | 富山県中華料理生活衛生同業組合 | 生衛業の専門性を活かした顧客づくりの推進 | 2,000,000 | 16 | 生衛業の専門性を活かした顧客づくりを目指し、組合店舗掲載チラシを作成するとともに、防災または中華に関するキャンペーングッズの配布を行う。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。 |
| 99 | 愛知県中華料理生活衛生同業組合 | ①町中華・顧客づくりの推進、②組合の組織強化・活性化 | 2,000,000 | 14・16 | 顧客づくりの推進のため、HPのデザインや各店の紹介、イベント情報の掲載について協議する。HPのQRコードが記載されたステッカーやポスターを配布することで、情報に適切にアクセスできるようにする。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。リニューアルされたホームページに関する成果物がないことは問題である。アンケートの根拠資料を提出されたい。 |
| 100 | 香川県中華料理生活衛生同業組合 | 一般流通用讃岐餃子の改良と香川県外でのテスト販売 | 2,000,000 | 16 | 全国を対象にした讃岐餃子の知名度アップのため、東京で行われた香川フェアでのテスト販売や大阪関西万博2025にて試食出展を行う。また、PRのためにポスターやのぼりを作成する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートの根拠資料を提出されたい。 |
| 101 | 全国中華料理生活衛生同業組合連合会 | 専門性を生かした顧客づくりの推進及び人材育成と自己啓発の推進 | 6,600,000 | 10・16 | 専門性を生かした顧客づくりの推進及び人材育成と自己啓発の推進のため、若手経営者研修の開催や料理コンテストの優秀作品レシピ集の作成を行う。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。 |
| 102 | 北海道社交飲食生活衛生同業組合 | 組合の組織強化及び組合員拡大事業 | 1,920,000 | 14 | 組合の組織強化及び組合員拡大のため、パンフレットやポスターを作成するとともに、HPをリニューアルする。また、経営セミナーを開催し、売上増につなげる。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートによる成果把握も行われている。新規加入数については成果として評価できる。 |
| 103 | 青森県社交飲食業生活衛生同業組合 | 組合の意識改革・組織強化及び加入促進 | 2,180,000 | 14 | 組合の意識改革及び組織強化のため、組合パンフレット・リーフレットを作成するとともに、HPを開発する。また、役員・新規組合員を対象に組合の重要性や生衛法の再確認をする研修を行う。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。開設したホームページについては今後積極的に活用してほしい。 |
| 104 | 長野県社交飲食業生活衛生同業組合 | 組合の組織強化(加入促進) | 2,000,000 | 14 | 組合の組織強化のため、リーフレットを作成するとともに、HPを開発し広報に努める。また、各支部長及び役員を対象に加入推奨の必要性を感じてもらうための研修会を開催する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。アンケートについて根拠資料を提出されたい。アンケートの回答率の低さは問題である。 |
| 105 | 広島県社交飲食生活衛生同業組合 | 広島市中央部繁華街(流川・薬研堀地区)活性化事業 | 2,000,000 | 14・20 | 地域の活性化、賑わいの創造のため、時計台をリニューアルし、地区のシンボル化を図るとともに、セレモニーを開催し、行政や関連団体との関係性の構築を行う。 | C | 成果物である時計台のリニューアル・セレモニーの内容が成果指標の達成に役立ち得るものであったか否かについては、アンケート調査等によって確認・検証すべきである。 |
| 106 | 愛媛県社交飲食業生活衛生同業組合 | 繁華街組合MAP作成にともなう組合員加入促進事業 | 1,900,000 | 14 | 組合員加入促進のために、繁華街組合MAPを作成し、加入メリットをPRする。また、組合の活動内容の広報にもつなげる。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。MAP自体は意義のある内容となっているが、アンケートについて根拠資料を提出されたい。 |
| 107 | 全国社交飲食業生活衛生同業組合連合会 | 現在の生衛業を取り巻く環境改革と組合の組織基盤強化 | 9,900,000 | 14 | コロナ禍で厳しい状況が続いていたが、組織拡大及び強化を目的に、人材育成・補助金事業・基盤強化対策チームによる検討会議等を開催する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。新支部の設立は成果として評価できる。 |

■令和6年度生活衛生関係営業対策事業費補助金事後評価<組合・連合会>

| 事業番号 | 事業計画者名 | 事業名 | 計画額(円) | 課題番号 | 概要 | 事後評価結果 | 総評 |
|------|------------------|--|-------------|-------|---|--------|--|
| 108 | 宮城県料理業生活衛生同業組合 | 組合ホームページのリニューアル | 2,163,100 | 10 | あまり機能していないHPを改修することで、運用コストの削減するとともに、メールやSNSとの連携をすることで、より組合活動や関連団体事業の周知を図る。 | C | 事業成果について、期間内での成果測定ができるような計画とすべき。成果指標も、真の成果が期間内で測定できないのであれば、代替となる成果を設定し、それを測定することで、事業の評価を行い、それを次の取組につなげるような仕組みとなると良い。 |
| 109 | 東京都料理業生活衛生同業組合 | 「農+福+店の連携による流通の構築事業」 | 2,588,200 | 10・11 | 農業と福祉と料理店による流通の構築を目指し、社会福祉施設で生産された素材を生かした調理手法の意見交換をするとともに、障害者の就労支援についての見識を深める。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。情報発信の成果などについても今後把握できると良いのではないかと。 |
| 110 | 東京都料理業生活衛生同業組合 | 『コロナ禍及びアフターコロナ対策』(東京都料理業生活衛生同業組合ポータルサイト『外食時間』ブラッシュアップ事業) | 2,558,280 | 20 | コロナ禍及びアフターコロナの対策として、組合のポータルサイトを改修し、①動画による組合加盟店のPR②外国人観光客に向けた組合加盟店の情報発信③SNSを利用した料理店と生産者の応援キャンペーンを開催する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。もう少し数値的な成果把握ができることが望ましい。 |
| 111 | 岐阜県料理業生活衛生同業組合 | HACCPシステム導入に向けたIT活用による効率化向上と収益力向上事業(DXに取り組みHACCP導入を効果的に進める) | 2,491,960 | 12 | IT活用による効率化及び収益力向上を目指し、補助教材を作成することで、組合員がHACCPシステムの導入に取り組みやすい環境を醸成する。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。着実に導入店舗が増えている点は評価できる。 |
| 112 | 全国料理業生活衛生同業組合連合会 | 郷土料理と生きる -見て、来て、味わって-(近畿編) | 6,583,180 | 4・6 | 日本料理の認知・継承。継続・組合事業の活性化を主な目的として、47都道府県ごとに郷土料理の冊子を作成し、理解を深める。また、料理人等のインタビュー等も反映、魅力を伝える。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。小冊子作成の意義は認められるが、アンケートについては詳細な根拠資料が添付されていることが望ましい。 |
| 113 | 全国指導センター | ・指導・研修事業 ・消費者対応事業 ・情報ネットワーク事業 ・経営安定化事業 ・生活衛生関係営業経営基盤強化事業 ・衛生水準確保・振興調査研究事業 | 341,392,000 | | 全国生活衛生同業組合連合会及び都道府県生活衛生営業指導センターの経営指導体制の基盤強化を図り、生衛業の衛生水準の維持向上及び利用者又は消費者の利益擁護に繋がる生活衛生関係営業全般の健全な発展に資するものとする。 | B | 概ね計画どおり実施されており、事業成果についても一定の成果・効果が確認できる事業である。多様な事業が展開されており、それぞれについて詳細に成果把握が行われている。 |