

## 事業実施計画書

		課題番号
		8
実施団体名	三重県喫茶飲食生活衛生同業組合	
事業名	受動喫煙防止対策の推進事業	
国庫補助所要額	1, 800千円※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27年 7月 1日 から 平成28年 3月 15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>健康増進法の施行や労働安全衛生法の改正により、受動喫煙対策の推進が求められるなか、神奈川県及び兵庫県においては受動喫煙防止条例が施行されるなど、多くの自治体において同様の条例の策定が検討されている。三重県や県内市町村においても条例化の動きはないものの、いつ導入されてもおかしくはない状況であると考えている。</p> <p>当組合においてもこれまで、支部の会合等においても情報提供等を通じて受動喫煙対策について呼びかけをしてきたが、現在組合員(約287名)のうち、10%程度が完全禁煙、5%程度が時間分煙・喫煙表示等による受動喫煙対策を実施しているが、全体の15%程度の取組状況である。</p> <p>このような現状の主な要因は次のようなものである。</p> <p>① 個人経営の小規模店が多く、完全分煙に必要な店舗スペースがないことや、分煙対策への多額の設備投資が難しいこと。</p> <p>② 安易に禁煙とした場合、客離れが進み売上が減少するのではないかと不安</p> <p>しかしながら、昨今の消費者の健康に対する意識の高まりや受動喫煙対策をめぐる現状を考えると、禁煙・完全分煙・時間分煙・喫煙表示等による対策を講じていくことが、今後の業界振興には不可欠であり、事業者への啓発の徹底や表示の取組支援等が必要であると考えている。</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>本事業は、専門家や受動喫煙防止条例が施行された地域の同業者等を講師とする講習会を開催し、受動喫煙防止対策に対する意識・知識の向上を図るとともに、店頭における受動喫煙対策に関する表示の徹底を進めることより、地域喫茶飲食店の受動喫煙防止対策を推進す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)		
<p>① 受動喫煙防止対策講習会を開催し、組合員の受動喫煙防止対策に関する知識・意識の向上を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内2地区で開催(2回開催)</li> <li>・ 受講予定者数:各100名 延べ200名(組合員の約72%受講)</li> </ul> <p>② 先進分煙実施店の見学会を開催し、分煙方法・分煙効果等について理解を深める。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ J T 東海支社が監修した分煙対策店舗3店舗を見学</li> <li>・ 参加募集人員:20名(支部役員クラス)</li> </ul> <p>③ 店頭掲示用ステッカー、店内掲示用ポスター、テーブル用POPの作成・配布による分煙対策表示の徹底</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 店頭掲示用ステッカー(A5サイズ):278枚</li> <li>・ 店内掲示用ポスター(A2サイズ):278枚</li> <li>・ テーブル用POP:1店舗2セット×278店=556セット</li> </ul> <p>④ 現在受動喫煙に関する表示店は、約35店舗ぐらいで、組合員の約11%と聞いているが、その表示店舗を確実にするため、本事業開始時と店頭ステッカー配付後で、組合員を対象とするアンケート調査を2回実施、受動喫煙対策の実施状況を事業成果として把握する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 配布ステッカーの活用による受動喫煙に関する表示店目標:現状約35店 ⇒ 140店(組合員の50%)</li> </ul>		
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 受動喫煙防止対策講習会の開催</p> <p>② 先進分煙実施店見学会の開催</p> <p>③ 受動喫煙防止対策ステッカーの作成・配布</p> <p>④ アンケートによりステッカー活用による受動喫煙対策表示取り組み状況の把握</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)

① 受動喫煙防止対策講習会の開催

- ・ 四日市市、伊勢市の2ヶ所で開催する。
- ・ 参加予定者数は、各100名、延べ200名を目標とする。
- ・ 講習会の内容は概ね以下の内容を予定する。
  - 受動喫煙防止対策について(三重県労働局・三重県指導センター)  
⇒受動喫煙防止に関する法律等についての解説
  - 店舗における受動喫煙対策の実施方法について(JT東海支社)  
⇒様々な受動喫煙対策の実施方法についての解説
  - 条例化後の喫茶店業界の状況について(神奈川県組合理事長(四日市会場)・兵庫県組合理事長(伊勢会場))  
⇒組合員の取組状況・売上等への影響等について現地の状況報告
- ・ 桑名支部・四日市支部・津支部・伊勢支部については、加入組合員数が多いことから、支部ごとに小規模の追加講習会を開催し、組合員が受講できる機会を広く提供する。  
なお、小規模追加講習にあっては、JT東海支社の協力のもと、お店の診断等の個別相談にも対応することにより、より一層の受動喫煙対策の推進を図る。

② 先進分煙実施店見学会の開催

- ・ JT東海支社の協力のもと、JTが監修した受動喫煙防止対策の先進店舗の見学を開催し、受動喫煙防止対策方法についての理解を深める。
- ・ 参加者は、支部役員を中心とする20名のほか、分煙コンサルタント、分煙機器メーカー担当者、建築士等の店舗の分煙対策関係者も参加する。

③ 受動喫煙防止対策ステッカーの作成・配布

- ・ 小規模店舗における受動喫煙対策は「完全禁煙」だけでなく、分煙・時間分煙・喫煙可などを表示することから始めることが有効であるが、個々の営業者の自覚・努力だけではなかなか進まない現状を鑑み、店頭における表示ステッカー、店内掲示用ポスター及びテーブルに配置できるPOP等のシールを作成・配布し、表示を行うよう指導徹底を図る。
- ・ 作成・配布部数
  - 店頭掲示用ステッカー：1店舗 1セット × 278店 =278セット  
⇒禁煙・分煙・時間禁煙・喫煙の4種類のステッカーを1セットとし、それぞれのお店の現状に合わせた表示が可能なものとするので、表示実施店の確保に努める。
  - 店内用ポスター：1店舗 1枚 × 278店 =278枚
  - 店内用POP：1店舗 2セット × 278店 =556セット  
⇒各テーブルメニュー等のバインダーのようなものに、禁煙・分煙等ステッカーを貼るようなアクリル製でメニュー立てを作成する。

④ アンケートによるステッカー活用による受動喫煙対策表示取り組み状況の把握

- ・ 上記③におけるステッカー配付の前後一定期間において、組合員を対象にアンケートを実施し、①ステッカーの表示実施の有無、②そのお店の取組内容(禁煙か分煙か等)等を事業成果として把握する。
- ・ アンケートにおいて、ステッカー表示をしていないことが判明した店舗には、再度、表示の重要性等について指導を行い、事業成果を高めるよう努める。

(注) 事業ごとに別葉とすること。

事業実施計画書

課題番号
5

実施団体名	神奈川県麺類業生活衛生同業組合
事業名	標準営業約款制度の普及・促進
国庫補助要額	1,718千円※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27年 7月 1日から 平成28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、課題は何かを記載する。)	
<p>麺類飲食店に関する標準営業約款制度は、現在の消費者に最も関心の強い「食の安心・安全」について営業店側が自主的に保証することで消費者利益擁護の観点から定められているため、登録することによって消費者に信頼できる麺類店として認知されることができる。</p> <p>現在まで組合員に約款登録の加入促進を行ってまいりましたが、なかなか登録店が増えない現状からまずは約款制度についてセミナーを行い理解を深め、めん類の約款登録での必須項目の一つであるそば粉割合が70%以上について、七対三のそばの講習会の開催(六対四のそばを提供している店舗が多いため)、主なメニューのカロリー表示表を作成し、加入促進に繋げたい。</p> <p>また、現在において消費者の約款の関心度が低いため、麺類業店独自のリーフレット及び小冊子を作成し消費者に周知することで、登録店が増えて、Sマークが多くの消費者に認知されることから、麺類業界の発展に繋がるものと考えられます。</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>組合員に標準約款制度の必要性を理解して頂き、多くの店舗が登録するとともに消費者への約款制度の関心度を高めることを目的とする。</p>	
3、本事業の成果(この事業により得られる成果について記載する。数値かできるものは数値化する)	
<p>○標準営業約款制度への登録店を増やす。 新規登録目標件数：30件</p> <p>○お客様へ標準営業約款制度の認知度を上げる</p> <p>○そば店の安心・安全を啓発する情報を発信し集客向上に結びつける。</p> <p>○そば店の品質と技術の向上を得る。</p>	
4、事業内容(この事業で何を実施するのかについて、その内容を記載する)	
<p>① 標準営業約款制度への理解を促すリーフレットの作成</p> <p>② 栄養・カロリー等を記載した小冊子、ポスターの作成</p> <p>③ 標準営業約款制度の理解を促すセミナーの開催</p> <p>④ 七対三のそばの講習会の開催(六対四のそばを提供している店舗が多いため)</p>	
5、実施方法(上記4に記載の事業内容ごとその実施方法・手順を時系列的に記載する)	
<p>① 約款登録促進委員会の設置</p> <p>標準営業約款制度への登録促進委員会議の開催(10回)</p> <p>② 約款制度についてセミナーを行う(1回)</p> <p>③ 組合広報誌「麺環かながわ」に標準営業約款制度について掲載</p> <p>④ 主なメニューのカロリー表示のポスターの作成・配布(組合員全員)</p> <p>⑤ そば屋のカロリー等小冊子作成、配布(組合員全員)消費者へイベント時に配布</p> <p>⑥ そば打ち技術の向上講座(七三そば)の開催(4回)</p> <p>・ホームページへの記載要請(消費者向けの標準約款のPR)</p> <p>・標準営業約款制度の登録時期に合わせた説明会の実施(2回)</p>	

(注) 事業ごとに別葉とすること。

## 事業実施計画書

		課題番号
		10
実施団体名	愛知県すし商生活衛生同業組合	
事業名	外国人受入体制の整備とサービス向上	
国庫補助所要額	1, 300千円※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27年10月1日 から 平成28年3月31日 (※最長：平成28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>6月の訪日外国人観光客数が過去最高を記録するなど、近年、日本を訪れる外国人観光客が増加している。2020年の東京オリンピックの開催や、愛知県にあってはリニア新幹線の開通予定など、その数は今後も益々増加することが予想されており、愛知県においては観光局も設置された。</p> <p>日本を訪れる外国人観光客の多くが「和食」を楽しみにしており、厳しい経営環境が続くなか、これら外国人観光客層の利用促進が大きなチャンスとなっている。</p> <p>しかし、組合員からは「実際にどのように対応すればよいか分からない」といった不安の声や、外国人観光客からは「外国人の受入が可能なお店が分かりにくい」といった声が聞かれ、組合員からは組合組織の対応が求められている。</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>本事業は、外国人向けに受け入れ可能なお店であることをPRするポスターや外国語表記の推奨メニューの作成等に合わせ、これらを活用した外国人受入に関する勉強会等の開催により、地域すし店の外国人受入体制の整備を促進し、以って、地域すし業の業界振興を図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		
外国人受入のためのツール作成		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 外国人受入可能店であることをPRするポスター：3,000枚(550店に各4～5枚配布)</li> <li>・ 外国人向けのすし店利用マニュアル：7,500部(550店に10～15部配布)</li> <li>・ それぞれのお店の推奨メニュー表：6,000枚(550店に約10枚配布)</li> </ul>		
(2) 成果指標		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 外国人受入ツールを活用した受入可能店：100店舗</li> </ul> <p>※特に外国人観光客が多い名古屋市・豊橋市を中心に本年度末時点で100店舗の受入可能店の育成を目指す。</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)		
① 事業検討会議の開催		
② 外国人受入ツールの作成・配布		
③ 外国人受入及びツール活用説明会の開催		
④ 事業成果の把握		
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 事業検討会議の開催		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 組合役員で構成する事業検討会会議を開催し、作成する外国人受入ツールの内容等を検討する。</li> </ul>		
② 外国人受入ツールの作成・配布		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 次の受入ツールを作成・配布することにより、地域すし店の外国人受入体制の整備を促進する。</li> <li>※以下のツールについては、全て日本語・英語・中国語・韓国語の4カ国語表記とする。</li> </ul>		
1) 外国人受入PRポスター：3,000枚(1店舗あたり4～5枚配布予定)		
⇒ 「外国人の受入が可能なお店がわかりにくい」といった外国人利用者のニーズに対応するため、外国人受入可能なお店であることをPRするポスター		
2) 外国人利用者向けすし店利用マニュアル：7,500部(1店舗あたり10～15部配布)		
⇒ 外国人向けにすし店の利用方法・すしに関する情報をまとめたリーフレット		

3) それぞれのお店の推奨メニュー表：6,000枚（1店舗あたり約10枚配布予定）  
⇒それぞれのお店の外国人利用者に推奨するメニューの写真・価格を記載できる仕様のメニュー表  
外国人利用者の来店時に注文に困らないよう配慮する。

③ 外国人受入及びツール活用説明会の開催

- ・ ツールの配付に合わせて、各支部単位の会合等において、配布ツールの活用方法等についての説明会を行い、外国人受入可能店舗の育成を目指す。

④ 事業成果の把握

- ・ 事業完了時において、外国人受入に対する意向・配布ツールの活用状況を事業成果として把握する。
- ・ 本年度末時点において、特に外国人観光客の多い名古屋市・豊橋市において100店舗の受入可能店の育成を目指す。

(注) 事業ごとに別葉とすること。

## 事業実施計画書

		課題番号
		13
実施団体名	岡山県鮪商生活衛生同業組合	
事業名	若手寿司職人の育成と伝統技術の伝承	
国庫補助所要額	1,300 千円 ※別紙 所要額内訳書の額と一致	
事業実施予定期間	平成27年10月 1日 から 平成28年 3月31日 (※最長:平成28年3月31日)	
<b>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)</b>		
<p>寿司業界においては、輸入・冷凍食材等を使用した低価格店や大型チェーン店の進出による競争激化、景気低迷による顧客数の減少によって、小規模店舗は大変厳しい経営を強いられています。特に、昨年11月には岡山駅前に中・四国地方最大級の「都市型大規模イオンモール」がオープンする等、更なる競争激化の波が来ている。</p> <p>また、店主の高齢化や後継者不足、職人修行を敬遠し寿司職人を目指す若者の減少等、様々な要因によって当組合でも組合員の減少や廃業が後を絶たず、厳しい組織運営状況にあります。これまで当業界においては、徒弟制度が定着していることにより、掃除・仕入れ・仕込み・道具の手入れ・寿司のにぎる技術・接客・片付け等々、寿司職人としての技術を間近で見ることによって修得してきたが、その厳しさに辞める人、若い世代が敬遠する傾向にある。</p>		
<b>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)</b>		
<p>本事業を活用して、若い寿司店経営者や女性、2代目や3代目として活躍するお店を中心に、30代～40代の寿司職人にスポットを当てて、お店の紹介や職人としての紹介をするパンフレットを作成する。若い職人の仕事内容やこだわり、職人になった理由、将来の夢等、生の声をパンフレットにて紹介することで、寿司業界の現状を若い世代にもわかりやすく伝えていく。寿司業界の優れた技術や仕事の魅力を紹介することで、優れた技能や技術が次世代に継承されるキッカケとなるよう企画していく。</p>		
<b>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)</b>		
<p>本事業実施によって、若手職人に注目が集まることで寿司業界のイメージアップが図られ、地方新聞・地元情報誌等のマスメディアの注目を集めることができる。これにより、組合員の新規加入、若手従業員のモチベーションアップ、職場体験(インターンシップ)の活用促進が期待できる。更に、今後の若い世代及び女性の雇用に繋げていく。</p> <p>・組合新規加入目標・・・3店舗                      ・若手従業員のモチベーションアップ ・職場体験の促進</p>		
<b>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)</b>		
<p>本事業において、パンフレットに掲載する店舗の選定を企画会議で行っていく。寿司業界として課題となっている後継者確保に繋がるとともに、地域性・親子の承継・独立開業・若手の職人・女性の職人等、様々な職人形態が考えられることから、岡山の寿司組合としての推薦できる店舗を選定していく。その上で、本人の生の声を活かしたインタビューを行い、パンフレット記事に反映していく。</p> <p>その後、本事業の取り組みの趣旨を全店舗で意思統一していき、パンフレットの作成及び各機関に向けてのプレスリリースを実施していく。</p>		
<b>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)</b>		
<p>■企画会議の開催……………8名による企画会議を設置し、企画内容や掲載店舗の選定を行い、内容の共有・深掘を進める。</p> <p>■組合加入の呼びかけ……………未加入店に対し、本企画内容や若い職人を抱える店舗に訪問することで広く呼びかけ組合加入促進にも繋げる。</p> <p>■マスメディア告知の実施……………行政機関及び地元新聞社・情報誌・ハローワーク等の求人機関に対して、本事業の趣旨を説明し、広く告知していく。</p> <p>■パンフレットの作成……………企画会議で選定した店舗を中心に紹介し、上記マスメディア及び高校の出前講座、求人機関に対して配布を行い、若い世代への周知を図る。また、HPに掲載する等、インターネットを活用した広報も実施する。</p>		

(注) 事業ごとに別葉とすること。

(注) 生活衛生関係営業地域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	京都府美容業生活衛生同業組合																		
事業名	組合の認知度向上と組織強化（加入促進）事業																		
国庫補助所要額	1,443千円 ※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27年7月1日から平成28年3月31日 (※最長：平成28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>京都府美容業生衛組合の組合員数は、昭和50年の1,810名をピークに徐々に減少傾向に転じ、平成26年度末時点における組合員数は826名（ピーク時の約45.6%）となっている。</p> <p>近年、組合員の高齢化の進展と後継者難から廃業に伴う脱退が増加する一方、新規参入業者の組合加入率の低下が主な要因となっている。</p> <p>これまでも、組合パンフレットを作成し地域の未加入店に対するアプローチを展開しているものの、十分な成果が出ているとは言い難い状況となっており、このままでは組織の縮小・弱体化に歯止めがかからない。</p> <p>その主な要因は、①組合の存在そのものをアピールしきれていないこと、②地区支部役員等による訪問活動等の停滞化、などが考えられる。</p> <p>生衛組合は、地域の業界振興、地域の衛生水準の維持向上のためのソーシャルキャピタルとして、その存在が見直されるなか、組合認知度の向上と組織強化が求められている。</p> <p>【参考】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>平成24年度</th> <th>平成25年度</th> <th>平成26年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>新規加入者数</td> <td>31</td> <td>29</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td>脱退者数</td> <td>38</td> <td>48</td> <td>58</td> </tr> <tr> <td>組合員数</td> <td>884</td> <td>865</td> <td>826</td> </tr> </tbody> </table>					平成24年度	平成25年度	平成26年度	新規加入者数	31	29	19	脱退者数	38	48	58	組合員数	884	865	826
	平成24年度	平成25年度	平成26年度																
新規加入者数	31	29	19																
脱退者数	38	48	58																
組合員数	884	865	826																
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、組合加入パンフレットをリニューアルし、京都府下の美容業施設（4,668施設（平成25年度京都府統計））に対し組合組織の周知を図ることにより、組合加入促進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 組合加入の葉のリニューアル 作成部数：5,000部																			
② 京都府下美容業施設に対する組合加入の葉の配付 配付施設数：4,770施設																			
③ 本事業を通じての組合加入の促進 新規組合加入者数：40名（平成26年度実績の倍）																			
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 組織強化検討委員会の設置・開催																			
② 組合加入の葉のリニューアル																			
③ 京都府下美容業施設への組合加入の葉の発送																			
④ 支部役員による重点訪問活動の展開																			
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 組織強化検討委員会の設置・開催																			
<ul style="list-style-type: none"> <li>組合役員7人で構成する組織強化検討委員会を設置し、加入の葉のリニューアル内容の検討、事業の進捗管理等を行う。</li> <li>年5回の開催を予定する。(7月10日・31日、8月7日・28日、9月11日)</li> </ul>																			
② 組合加入の葉のリニューアル																			
<ul style="list-style-type: none"> <li>上記①における検討内容をもとに、組合加入の葉のリニューアルを行う。</li> <li>リニューアルにあたっては、現在の加入の葉に対する以下の意見を参考に検討する。 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 若い人向けということで裏表紙にマンガがあるが、内容のレベルが低い。</li> <li>○ 組合の意義や加入することのメリットなどインパクトがなく、また親切丁寧ではない。</li> </ul> </li> </ul>																			

○ 未加入者へのメッセージや訴えたいことを明確にする。

- ・ 9月上旬を目途にリニューアル版の加入の葉を完成させる。

作成部数：5,000部

③ 京都府下美容業施設への組合加入の葉の発送

- ・ 7月～9月の間に、京都府及び京都市より美容施設に関する名簿情報を提供してもらい、整理を行うとともに発送準備をする。
- ・ 上記②における加入の葉が完成次第、京都府下の美容施設に対し加入の葉をDMにて発送する。(10月中旬～10月下旬) 送付予定件数：4,770件

④ 支部役員による重点訪問活動の展開

- ・ 上記③の組合加入の葉の発送にあたり、各支部(21支部)役員を招集し、葉の発送後における地域の訪問活動の周知・徹底を行う。(8月下旬開催予定)
- ・ 平成27年11月から平成28年2月を「加入運動重点期間」とし、支部役員は加入の葉の発送名簿をもとに訪問活動を展開し、組合加入へとつなげていく。
- ・ 事業成果である新規組合加入者の確保をより確かなものとするため、平成28年1月の時点において、支部役員会議を再度開催し、それぞれの支部における進捗状況を確認する。

(注) 事業ごとに別葉とすること。



# 事業実施計画書

課題番号

16

実施団体名	熊本県飲食業生活衛生同業組合
事業名	組合員之章（くまモン入り）による組合の認知度向上と組織強化（加入促進）事業
国庫補助所要額	1,500 千円
事業実施予定期間	平成27年6月1日～平成28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>(1) 現状</p> <p>ア 中・小零細、個人経営者が主力の当組合、高齢化、後継者不足並びに外食チェーン店の出店等で競争が激化し、経営環境の悪化による廃業及び組合に魅力を無くし、組合離れを招き、組合員が減少している。</p> <p>イ 組合離れ歯止め策及び増強・活性化策が組織運営の最重要課題であると認識し、県内の起業を目指し、新規開業する店舗並びに組合を知らない店舗が見受けられることから、平成26年度は独自の広報パンフレッドを作成し、各保健所等の協力を得て、営業許可証交付（更新）時、組合未加入者への加入広報を行い20店舗が新規加入した。</p> <p>(2) 課題（問題点）</p> <p>ア 前記、広報で新規加入するも組合に魅力（メリット）、特に組合員と非組合員の識別がないとして脱会する者が有る。</p> <p>イ 組合員には、平素から安全・安心な店づくりの講習・指導等を行っているが、消費者へ組合員店舗として アピール識別の表示がない。</p> <p>(3) 必要性</p> <p>平成26年度、国の後援で取組んだ「生活衛生同業組合活動推進月間」の教訓として、組合員並びに、新規加入店舗から組合員店舗と非組合員の識別ができる「組合員之章」の作成・表示を強く要望されている。</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>(1) 目的</p> <p>熊本県のマスコット「くまモン入り」及び・厚生労働省許可の熊本県飲食業生活衛生同業組合と記載された「組合員之章」（別表参照）を作成し、組合員店舗に掲示、消費者へ安全・安心な組合員店舗としての識別アピールと非組合員への認知度向上による加入促進並びに組合員の誇りと組織の強化・加入促進を目的とするもの。</p> <p>(2) 目標（狙い）</p> <p>組合員店舗の認知度向上と集客力増による安定経営並びに県内の未加入店舗の組合員加入促進及び組合の健全な運営・活性化による組織強化を狙いとするもの。</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。）	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 組合員「店舗入口」及び「レジ後方」の保健所交付「営業許可証」隣りに「くまモン入り組合員之章」を掲示することにより、組合の認知度向上と消費者への安全・安心な組合員店舗として、安心感を与え、更に店舗入口に掲示することにより、非組合員の組合加入促進が図られる。</li> </ul> <p>従って、お店の繁栄と、組織の活性化・強化に大きな成果が得られると思われれます。</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）

- (1) 補助金事業として、組合員店舗へ2枚づつ無償で配布する。
- (2) 消費者（お客様）に安全・安心な熊本県飲食業生活衛生同業組合員店舗として各支部又は各地区組合毎、指導を徹底すると共に組合広報紙等を活用すると共に関係機関・団体等の広報協力を受ける。
- (3) 非組合員の組合加入呼びかけ獲得を行う。
- (4) 各支部・各地区組合に逐次成果等の情報交換会を行う。

05 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) 国の補助金事業として、組合員店舗へ2枚づつ無償で配布する。
  - ・ 各支部長又は各地区組合長を通じ、組合員店舗に2枚づつ配布する。
  - ・ 配布時、掲示方法（店舗入口、レジ後方）等に説明を行い効果的掲示場所を指導する。
- (2) 消費者（お客様）に安全・安心な熊本県飲食業生活衛生同業組合員の店舗として各支部又は各地区組合毎指導を徹底すると共に広報紙を活用する。
  - ・ お客様に安心感と集客力増のため、目に付きやすい、印象に残る場所に掲示させる。
  - ・ 組合機関紙「飲食かわら版」に毎回掲載し、指導の徹底を図ると共に他機関・団体と連携し広報紙等への掲載協力を得る。
- (3) 非組合員の組合加入呼びかけ獲得を行う。
  - ・ 各支部又は各地区組合毎、支部長及び組合長が非組合員の店舗を平成26年度組合独自作成の「組合加入のすすめ」を持参訪問し、組合加入の広報を行い、加入店舗には、手続後「くまモン入り組合員之章」を配布する。
- (4) 各支部・各地区組合に逐次、成果等の情報交換会を行う。
  - ・ 支部・地区組合会議を原則月1回開催し、売上げ加入・問題点等の実態把握を行い、状況により事業の取組みを強化する。

## 事業実施計画書

		課題番号
		18
実施団体名	岐阜県喫茶飲食生活衛生同業組合	
事業名	街の喫茶店で楽しめる新しいサンドウィッチ創作事業	
国庫補助所要額	965千円 ※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27年10月1日から平成28年3月31日 (※最長：平成28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)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>岐阜県では喫茶消費額(調査出典：総務省による県庁所在地・政令市比較)が、最新版の家計調査・年間利用額が愛知県と並んでビック2に位置し、全国ランキングで他都市地域を大きく引き離し、全国平均値のおおよそ2,3倍となっている。</li> <li>喫茶店の利用頻度が高い当地域において、人気のモーニングサービス以外に「街のサンドウィッチ」を新たに創作工夫し、暇といわれるランチ時間帯以外でのアフタヌーンの稼働率アップを目標し顧客づくりを推進。</li> <li>本事業は、驚異となってきたコンビニ業界の珈琲テイクアウトに対して、お店空間内での珈琲を楽しむ顧客層にインパクトを与える商品を多数創作して、お店側店主自身が提供意欲が湧くレシピ本にまとめる。</li> <li>組合に対する意識の希薄化、組織基盤の脆弱化を食い止めるため、地元食材等や若者向けの嗜好を加味した幅広い作品として今回「喫茶店で食べるサンドウィッチ」を創作考案 &amp; 発信する。</li> <li>創作にあたっては、若手組合員を中心に有力店オーナー・役員、調理専門学校(喫茶科)生徒、ママさん料理学校や教室の力を借りて幅広い嗜好ジャンルから作品を生みだし、各喫茶店向が参考にしやすいレシピ集として仕上げ、店主が興味を引いた作品を商品化できるように創作ヒントを提供する。</li> </ul>		
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)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>コンビニ業界での本格的な珈琲提供やドーナツ販売が急伸する中、喫茶店の軽いサンド軽食を創作し組合員店舗へ普及させるアイデア満載な「街のサンドウィッチ調理レシピ」を発刊。各個人が幅広く選択出来る豊富な内容版とし、ヒント習得に役立たせ、調理アドバイスレシピや、宣伝アピールコピーも併せて提案する。本事業により来客数の増加等の営業支援を通じて業界振興及び組織強化・活性化を図る。</li> </ul>		
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)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>高い創作力、試作品完成力を背景に考案したメニューは、各店舗が採用にあたり、気に入った作品を選び新メニューの販売品として提供する。</li> <li>食材等の宣伝コメントを付加したアピール方法や、閑散タイムと言われるアフタヌーンでのミニサービスセット採用を考える際の販促ポップコメントやメニュー表作成の指導及び、マスメディアでの取組み追跡取材。</li> <li>作品レシピ集 600冊印刷配布(関係先への参考提供含む)</li> <li>組合にとっては、組織基盤の脆弱化を留め組合存在価値が大きく評価される。</li> </ul>		
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)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>交流の深い調理専門学校等の協力を得て、コンビニ店頭が無い新しい食材のサンドウィッチを考案していく。</li> <li>定量サンドからミニ版サービスサンドクラスまで豊富なアイデアを集約して実際にサンプルを創作する。</li> <li>地域特色の地産食材を加えたお勧めメニューを中心に委員会内で、宣伝キャッチコピーと併せて考え素材特徴説明や調理レシピ集として編集する。</li> <li>岐阜県は、喫茶文化が高く新聞社等マスコミの注目対象と成りやすいので広報宣伝に力を注ぐことで採用した喫茶各店舗への取材などを通じて来店誘導を応援できる。</li> </ul>		
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)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>組合メンバーほか調理専門学校、女子高校・短大の栄養食品関連、部活サークル、主婦層に人気の店主等によりメンバー構成を図る。</li> <li>組合内に事業委員会を立ち上げ、専門的な複数の外部委員を交え岐阜独特な地域喫茶文化の活性化を目指して委員会を4回程度開催する。</li> <li>創作品を試食、美味しさ、コスト計算等の検討を重ね「お勧めメニュー」を選定し、宣伝コピーも考案する。</li> <li>創作した内容をレシピ集にまとめ組合員がヒント習得や調理技術アドバイスに役立たせる。</li> </ul>		

(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	愛媛県理容生活衛生同業組合
事業名	愛媛県生衛業若手・後継人材育成事業
国庫補助所要額	2,300千円※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27年7月1日から平成28年3月31日 (※最長：平成28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>国立社会保障・人口問題研究所の「日本の将来推計人口」(平成24年1月推計)によると、愛媛県の人口は、2015年で1,380千人、2020年には1,323千人、2035年には1,127千人となっており、2015年比で約20%の人口減少が推計されている。また、愛媛県では、特に若年層人口の県外への転出・流出が課題となっており、Iターン・Uターン支援等を中心とする若年人口の拡大が重要施策となっている。</p> <p>そのような中、愛媛県生衛業界においては、各生衛組合の青年部組織の連合体として、平成26年度に「愛媛県生衛業青年会議所」の設立について取り組みを進め、この平成27年度に正式に発足する予定となるなど、地域生衛業界の後継人材の育成に関する取り組みを進めている。</p> <p>一方、地域の若年層人口の減少は、生衛業にとっても「後継者確保が困難になる」や「人手不足」といった深刻な経営課題を来すなど、愛媛県の重要施策である「若年層人口の定着」について共同した取り組みを進める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>本事業は、愛媛県13生衛組合と愛媛県・愛媛県指導センター・日本公庫等関係機関との連携により、①Iターン・Uターン創業支援、②愛媛県生衛業に関する求人情報発信、③愛媛県後継人材・若手従業員教育、といった3つの柱の取り組みを進めることにより、Iターン・Uターン支援を通じた地域生衛業界の振興・活性化を促進するとともに、地域若年層人口の拡大に寄与していくことを目的とする。</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)	
<p>(1) 愛媛県生衛業Iターン・Uターン支援体制の構築</p> <p>ア 県指導センターを中心とする生衛組合・県指導センター・日本公庫による支援体制を構築する。</p> <p>イ 目標相談支援件数：5件</p> <p>(2) 愛媛県生衛業界の求人情報の一元的発信するためのサイトの構築</p> <p>ア 一元的な情報発信をすることにより、地域若年層の就業支援、Iターン・Uターン希望者の就業を支援する。</p> <p>イ 目標掲載求人件数：100件</p> <p>(3) セミナー・講習会等による地域若手経営者・若手従業員の人材育成</p> <p>ア 若手経営者・後継経営者を対象とするセミナーの開催による不安の解消</p> <p>開催回数：1回 参加予定者数：50名</p> <p>⇒ セミナー参加者を対象にアンケートを実施し、事業成果を把握する。</p> <p>イ 地域生衛業に従事する若手従業員を対象とする研修会の開催による人材育成・サービスの向上</p> <p>開催回数：1回 参加予定者数：100名</p> <p>⇒ 研修会受講者を対象にアンケートを実施し、事業成果を把握する。</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) 事業委員会の設置</p> <p>(2) Iターン・Uターン創業支援・事業承継支援</p> <p>(3) 愛媛県生衛業求人情報の発信</p> <p>(4) 愛媛県生衛業若手人材・従業員教育</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) 事業委員会の設置</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業全体の進捗管理及び事業成果の把握等事業総括を行うための事業委員会を設置する。(開催回数：5回)</li> <li>事業委員会の構成(案)</li> </ul> <p>13生衛組合代表者 オブザーバー：愛媛県指導センター 愛媛県業務衛生主課</p>	

(2) Iターン・Uターン創業支援・事業承継支援（別添資料P2参照）

ア 支援協議会の開催

- ・ 支援協議会を開催し、地域生衛組合、愛媛県指導センター、日本公庫、愛媛県の4者によるIターン・Uターン希望者支援のための支援体制及び支援スキームを検討・構築する。
- ・ 支援協議会構成（案）  
生衛組合代表者（複数名）・愛媛県指導センター・日本公庫・愛媛県業務衛生主課
- ・ 想定する支援体制については、別添資料参照。

（支援イメージ）

愛媛県指導センターが中心となり、日本公庫の生衛貸付の利用についての支援や生衛組合と連携しての店舗情報の提供、商材取扱業者の紹介など、創業・開業に向けた支援を一元的に行う。

また、愛媛県ジョブカフェ愛WORKとの連携により、幅広く相談者に対応していく。

- ・ 平成27年9月末を目途に支援体制・スキームを完成させる。

イ 支援体制のPR活動の展開

- ・ 支援体制構築後、当該支援体制について、愛媛県へのIターン・Uターンによる創業希望者、又は、愛媛県内での独立開業希望者・事業承継者に対して周知する。
- ・ 具体的には、チラシ類を作成し、愛媛県の若者就労支援機関である「ジョブカフェ愛WORK」や日本公庫各支店（県内3支店）における配付や、県のIターン・Uターン支援に関するホームページ等において広報活動を展開する。

チラシ類作成予定部数：10,000枚

- ・ 併せて、平成27年11月14日に愛媛県が東京で開催する愛（I）ターン・YOU（U）ターン支援イベント「愛あるえひめ暮らしフェア」に地域生衛業として参加し、広く支援体制についての周知を図る。

ウ 支援体制による創業・開業・事業承継支援の展開

- ・ 構築された支援体制をもとに、創業・開業・事業承継についての支援を行う。
- ・ 愛媛県指導センター内に、「相談窓口」を開設する。
- ・ 本年度における相談・支援件数目標：5件

■ 本取り組みにより、地域におけるIターン・Uターン希望者への恒常的な生衛業に関する創業・開業支援体制を構築することができる。

■ 創業・開業時点から生衛組合が支援することにより、組合加入の促進にも期待ができる。

■ 生衛貸付（創業資金）の利用促進にも期待ができる。

(3) 愛媛県生衛業求人情報の発信（別添資料P3参照）

ア 愛媛県生衛業求人情報サイトの構築

- ・ 愛媛県内の生衛業に関する求人情報を一元的に発信するためのサイトを構築する。
- ・ サイトの設計・運営については、「愛媛県生衛青年会議所」を中心に取り組む。
- ・ サイト公開予定：平成27年12月

イ 求人情報の収集・情報発信

- ・ 愛媛県各業生衛組合を通じて、地域生衛業者の求人情報を収集し、サイトにおいて情報発信を行う。
- ・ 当該サイトについては、愛媛県ジョブカフェ愛WORKホームページへのリンクや愛媛県庁ホームページへのリンクについても取り組むこととする。
- ・ 収集した求人情報について、ジョブカフェと情報共有していくことについても、愛媛県担当部局と調整する。

■ Iターン・Uターンの促進のためには、愛媛県内における雇用の確保が最も重要な要素となるなか、創業・開業ではなく、従事者として勤労することを希望する者のための取り組みである。

■ 生衛業は技術・知識を要する業態であるため、一元的に情報発信を行うことにより、効率的な就業のマッチングを可能とする。

■ Iターン・Uターン希望者のみでなく、地域の若年層の就労支援としても効果が期待できる。

■ 地域生衛業の人手不足といった経営課題の解決につながり、現在の求人広告経費の削減等の経営効果も期待できる。

(4) 愛媛県生衛業若手人材・従業員教育

ア 若手経営者セミナーの開催

- ・ 愛媛県内の生衛業の若手経営者及び後継経営者を対象とする経営セミナーを開催し、地域後継人材を育成する。

・ 開催予定時期：平成27年11月 開催回数：1回 参加予定者数：50名

・ セミナーのテーマ等については、愛媛県生衛青年会議所と協議して決定する。

イ 若手従業員研修会の開催

- ・ 生衛業に従事する若手従業員を対象とする研修会を開催し、地域生衛業の人材を育成する。

・ 開催予定時期：平成28年1月 開催回数：1回 参加予定者数：100名

- ・ 研修会テーマについては、外国人観光客が増加していることや平成 29 年に国体が開催されることなどから、「おもてなし」をテーマとする研修会の予定。

- 上記(2)、(3)については、主にIターン・Uターン支援を目的とした取り組みであるが、本取り組みは愛媛県内の若手経営者・従業員を今後の地域の大切な後継人材として捉えた取り組みである。
- 平成 26 年度から地域の生衛業の後継人材の育成を目的に、各生衛組合の青年部組織の連合体組織として「愛媛県生衛青年会議所」の設立について取り組んできたところであり、この平成 27 年 6 月に正式に発足することとなっている。当該組織を中心に取り組みを進めることにより、地域若手人材の育成を目指す。
- 特に若手経営者は、経営者として「不安」のなかで日々経営していくなかで、セミナー等を通じた同業者・異業種間の交流を図ることにより、経営者としての資質の向上を目指す。
- 中小・零細な事業所が多い生衛業にあって、「従業員教育」も大きな課題の1つである。地域生衛業に従事する従業員も貴重な人材であることから、本取り組みにより資質の向上を図り、サービスの向上に期待ができる。

(注) 事業ごとに別葉とすること。

## 事業実施計画書

課題番号

23

実施団体名	全国氷雪販売業生活衛生同業組合連合会
事業名	生活衛生関係営業好循環促進計画策定事業
国庫補助所要額	1,500千円※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27年 7月1日 から 平成28年 3月31日 (※最長：平成27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>当業界は、昭和36年をピークに家庭用電気冷蔵庫や業務用製氷機の普及により市場規模が一貫して縮小している。それに伴い売り上げ減少による転廃業、組合員の高齢化と後継者難により全国的に組合員数の著しい減少傾向に歯止めがかからず、この流れを食い止める有効な対策を打ち出せないまま現在に至っている。このような悪循環を断ち切り当業界の経営基盤を安定させ、若年層が自ら積極的に就業したくなるような魅力的な業界に転換して行かなければ、当業界の将来はないと言っても過言ではない。</p> <p>しかしながら、営業規模が小さく、人的資源も限られている組合員の現状では、独自にその施策を打ち出し実行することは難しく、また、たとえ実行しても市場に及ぼす効果が軽微であるため、全国的な事業として業界全体で取り組まなければならない。そのため連合会がその指針を示し、強力にその体制整備と施策の実行を主導していく必要がある。</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>市場規模の縮小とそれに伴う組合員数の減少の流れを転換するためには、ここで当業界の置かれている状況を再認識し、長期的な展望のもと、当業界の強みを生かし、従来のB to B市場においては顧客ニーズに合致した営業形態や品揃えに転換していくと共に、新たにB to C市場を開拓し販路拡大を目指すことを目標とする。</p> <p>①B to B市場における製氷機をはじめとする自家製造の氷に対抗し、そのシェアを挽回するために当業界が扱う純氷の衛生面を含む質的優位性をより強力にかつ説得力のある内容でPR活動を推進していく。</p> <p>②当業界の弱みとして、営業力や企画力のある人材が不足しているので若手を中心に顧客に対し提案型営業のできる人材を育成する。</p> <p>③当業界は配達業務が中心であり、この物流機能を活かし取扱い品目の多角化を推進する。</p> <p>④純氷を高付加価値商品としてのブランド化を目指すために、一般消費者向け商品開発を推進する。</p> <p>⑤顧客満足度(CS)を上げるため、顧客ニーズを把握するためのシステム作りを行う。</p> <p>⑥各種施策が継続的かつ効果の上がるようにPDCAサイクルを回すことができるようなシステム作りを行う。</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)	
<p>自分のこだわりのあるモノは多少高くても購入する一方、こだわりのないモノはとにかく安く済ませるとい価値の二極化が進行している現代の消費動向にあって、純氷のブランド化により価値のある商品として広く認知されることで、業務用製氷機や、スーパー、100円コンビニで販売されている価格訴求品との差別化を図ることができ、組合員の経営基盤の安定につながる。また若手経営者を中心に一連のブランド化とB to C市場への新規参入のための人材の育成を推進することで将来に希望を持って当業界に就業する若年層の人材確保が可能となり、ひいては後継者となりうる人材の確保ができる。</p>	

**【本事業の成果】**

- 今後の氷雪販売業の好循環促進計画の策定 ⇒ 今後、全国団体として取り組むべき方策を明確にする。

**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)**

- ① 氷雪販売業好循環計画策定プロジェクトチーム (以下「プロジェクトチーム」という。) 構成員の人選
  - ② プロジェクトチームにおける好循環計画の策定
  - ③ 策定した好循環計画の普及
- を設け、中小企業診断士の指導、協力のもと、業界の現状分析(強み弱みの分析)市場分析(顧客ニーズの把握)及び将来予測を行い、今後目指すべき業界の方向性を提示すると共に、抽出された課題の対応策についてスケジューリングを実施し、具体的な工程表の作成を盛り込んだ好循環促進計画の策定を行う。

**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 氷雪販売業好循環計画策定プロジェクトチーム構成員の人選 (平成27年7月)
  - ・ 組合役員で構成する人選会議を開催し、プロジェクトチームの構成員の人選を行う。

**【プロジェクトチーム構成(案)】**

  - 氷雪販売事業者
  - 中小企業診断士・経営コンサルタント(氷雪販売業について良く理解して者)
  - ユーザー(一般消費者(消費生活コンサルタント)・飲食店経営者)
- ② プロジェクトチームにおける好循環計画の策定
  - ・ プロジェクトチームを中心に、氷雪販売業の好循環計画を策定する。
  - ・ 策定委員会は、平成27年8月～平成27年12月までの開催とし、年10回程度を予定。

**【好循環計画の主な構成】**

  - ① 業界の現状把握(内的要因・外的要因)
  - ② これまでの取り組みと評価・分析(これまでの取り組みの検証)
  - ③ 現状の課題の抽出(短期的課題・長期的課題)
  - ④ 課題に対する対応方針(目指すべき業界の方向性)
  - ⑤ 具体的施策(短期的施策・長期的施策・工程表)
- ③ 策定した好循環計画の普及
  - ・ 策定した好循環計画の報告書を作成し、都道府県組合に配付し周知を図る。
  - ・ 3月に開催する役員会において発表
  - ・ 報告書作成部数:100部

注) 事業ごとに別葉とすること。