

地元に着！生衛業だからできる地域振興

特集

## 業界活性化に向けた 組合の活動

北海道社交飲食生活衛生同業組合旭川地区本部  
新潟県生活衛生営業指導センター  
石川県美容業生活衛生同業組合  
東京都公衆浴場業生活衛生同業組合  
大阪府飲食業生活衛生同業組合  
香川県中華料理生活衛生同業組合  
全国旅館ホテル生活衛生同業組合  
連合会「女性経営者の会」  
全国クリーニング生活衛生同業組合  
連合会「中央青年部会」



対談

大森利夫

(全国生活衛生営業指導センター理事長)

岡部修

(日本政策金融公庫常務取締役)



経営課題解決セミナー

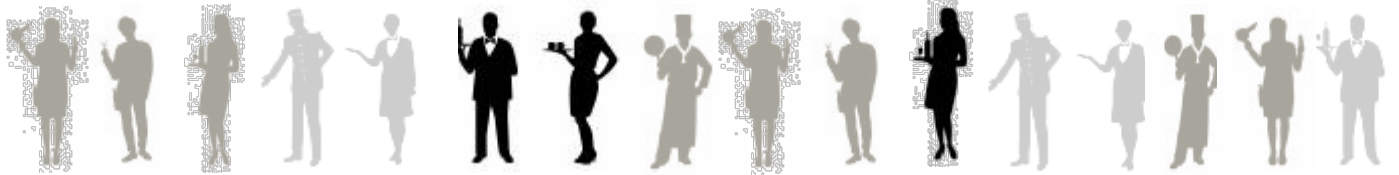
# 行動観察による

# 「気づき」で現場を変える！

## ～現場に隠れた真のニーズで経営力アップ～

「**行動観察**」とは…

人の無意識の行動を観察・分析することで真のニーズや本心を探り、商品開発や店舗改善、生産性向上、優秀スキルに見える化などに活用する手法



2015年  
**11月18日(水)**

14:00～17:00

(定員:先着 100名)

《参加費:無料》

会場:日本政策金融公庫 本店4階  
(東京都千代田区大手町1-9-4)

飲食業、理美容業などのサービス関連業で  
売上増加、サービスアップに繋がる情報を  
提供します！

- ☑ 厨房での調理人の動きから、調理作業のムダに気づき、作業効率アップ！
- ☑ 通行人がどういった目線でお店を見ているかに気づき、看板の位置や内容を変えて、集客力アップ！



### ◆セミナー概要

本セミナーでは、集客アップ、業務効率アップ、従業員教育などにつながる行動観察の手法について、事例を交えつつご紹介いたします。

売上  
アップ

業務  
改善

生産性  
向上

＜お問い合わせ先＞

日本政策金融公庫 国民生活事業本部 生活衛生融資部  
TEL 03-3270-1652 FAX 03-3270-7650

### 【講師紹介】

### 【講師プロフィール】



立教大学経済学部卒業後、大日本印刷株式会社、株式会社ドゥ・ハウス取締役などを経て、2006年株式会社エルネット入社。2015年より現職に至る。

行動観察を始めとしたマーケティング・リサーチ、ソリューションの品質マネジメント及び新事業・サービス開発を統括するとともに、「行動観察力育成講座(入門編)」をはじめとしたセミナーの講師を務めている。

越野 孝史(コシノ タカフミ)氏

株式会社オージス総研 行動観察リフレーム本部  
サービス品質マネジメント統括 兼 イノベーション統括

＜主催＞株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部

＜後援＞厚生労働省、(公財)全国生活衛生営業指導センター、

(一社)全国生活衛生同業組合中央会、(独)中小企業基盤整備機構

私たちの生活に密着した生活衛生関係営業者の集まりである生活衛生同業組合は、営業施設の衛生水準を守り、経営の健全化と業界の振興を推進するために、日々様々な取組みを行っています。今回は、生活衛生同業組合等が行っている事業から特徴的な取組みをご紹介します。

## 北海道社交飲食生活衛生同業組合・旭川地区本部

### 組合員のちからで繁華街を活性化

安倍政権の政策の柱の一つである「地方創生」。“地域密着型”の生衛業は、まさに地域活性化の主役を担う存在です。夜空の下、繁華街に灯されるネオンの輝きは、その街の活気を示すサインでもあります。北海道社交飲食生活衛生同業組合・旭川地区本部では、イベント開催を中心に積極的な活動を展開し、北の大地を熱く盛り上げます。

#### 「さんろく感謝の日」について

この取組みは平成18年度から始まり今年度で9回目を数えます。夏に比べ、春先は目立った地域イベントが無く、当地区繁華街の通称「さんろく街」のゴロに合わせ、毎年3月6日を感謝の日として定めたことをきっかけに始めました。市民の皆さんのご愛顧への感謝の気持ちを込めて、参加店全店1,000円飲み放題というリーズナブルな価格で還元しています。お客様は参加店約100店舗が示されたマップを片手に、お店、滞在時間を自由に選ぶことができ、安価に数軒をはしご出来るイベントとして定着しています。ここ数年は、当日利用できる金券などが当たる「さんろく宝くじ」の販売をバレンタインデーの2月14日から行ない、イベントのPRと動員に繋がる仕掛け作りに成功しています。



#### 「広げようさんろく元気の輪」について

厳しい景気状況が続き忘新年会の数も年々減少する中、官公庁や企業に対して「もっと忘新年会をやりましょう」、「繁華街を利用しましょう」と嘆願文書を持って企業等を訪問してはどうかという声をきっかけに始めました。今年は11月13日に行い、今年で7回目を数えます。

具体的な内容は大きく3つあります。1つ目は官公庁や企業の訪問です。10月下旬、組合役員ほか30名程度で、市役所や企業を2日間で20～30軒ほど訪問し、年末年始の繁華街の利用を訴える嘆願文書を読み上げます。また、先方との名刺交換を参加者全員が行ない、親睦を深めます。

2つ目としてパーティーの開催です。11月中旬、忘年会シーズンの先陣を切り「元気の輪パーティー」



を開催します。これは役員のママたちが中心となり、芸自慢の経営者が歌やダンスなどを披露する催しです。メーカーやホテルの協力もあり、チケットは1,000円、毎回1,500～2,000名を動員します。一昨年はAKB48の『恋するフォーチュンクッキー』の動画撮影、去年はドラマ撮影と、年々演出のクオリティも上がり、お客様からも好評です。我々も楽しみながら取組むことができ、組合員同士連携が深まるのを実感しています。また、1年間、さんろく街のPRを担当する「さんろくクイーン」を決めるミスコンを開催します。

最後に3つ目、各店が最高のおもてなしができるように、ホスピタリティの向上を図る勉強会を実施しています。

### 「大雪さんろくまつり」について

過去の動員数は1,000人程度、行政や町内会が主催する小規模な祭りでした。第15回開催から、組合主体の祭りづくりを依頼されたのが取組みのきっかけです。

まずは開催日程を2日間から3日間に変更し、市内のラーメン店が一同に会する「ラーメンフェスティバル」を開催しました。趣向を凝らしたステージイベントや日本で初めての女みこしの発足など、年々規模を拡大し、現在では3日間延べ動員50万人超の夏の風物詩と言える祭りへと成長し、今年36回目を無事終了しました。

ここに至るまでには、組合役員の並々ならぬ努力がありました。過去、この祭りは一部のエリアで行われてきたこともあり、協力的でないお店が多々あったそうです。周辺のお店が協力し、皆で盛り上げなくては意味がないということで、当時の役員が1店1店、協力要請に回り、時には塩を掛けられた



り苦情を言われたりしながらも、数年を掛け賛同を得てきました。露店出店も、昔は事務局からお願いして何とか出店して頂いていましたが、現在は倍率3回の抽選会を経て約60店舗が軒を連ねるようになりました。繁華街のど真ん中にステージを設け、50万人超が参加する大規模な祭りは全国的にも類を見ないものと自負しております。

### 「大雪さんろくまつり」の具体的な内容

8月上旬の3日間、旭川市の夏まつりと連携し開催します。繁華街を通行止めにし、ステージや露店を設置します。ステージイベントは、バンド演奏、カラオケのど自慢大会、ディスコナイトやよさこいソーランナイトなど幅広く行ないます。露店は地元の飲食店をはじめ、近郊町村の物産テントや各団体のテントなど様々です。

最終日は神輿練行で盛り上がります。36回目となる今年は、さんろく街のゴロに合わせた「100年に1度のメモリアル開催」とし、劇団の協力を得て花魁道中を進化させた「花魁ミュージカル」を開催しました。ママたちは寝る間を惜しんで稽古を重ね、本番で演じた花魁や太夫の姿は、大きな喝采を浴びました。

### イベントにまつわるエピソード

イベントを成功させるため、開催主旨を広くPRできるか、賛同は得られるか、収支が妥当かどうかを企画段階で何度も協議を重ね審議します。活動を進める中で様々な問題が発生しますが、その都度話し合いにより解決します。イベントに向けては、毎週会議を開くので、役員は毎週顔を合わせることで、そこで連携が深まります。



また、新しいイベントを始める際には、他都市のイベントに役員が参加して情報を集めるとともに、視察先と連携し情報を共有化することで、イベント成功の可能性を引き上げます。

一方でイベントによっては、参加店減少という課題もあります。理由は、イベントの主旨が伝わらないということと、自店の損益勘定だけで不参加を決める経営者がいるということです。街の活性化のための取組みであり、街の発展があって初めて自店も発展するということを理解してもらえるよう、今後も訴えていこうと思います。

## 今後の展望

参加する店舗の成果は、各店の頑張りに比例するものと考えています。事前の説明会ではこのことを何度も説明しています。今後は、繁華街の賑わいづくりとして、街頭放送の設置を検討中です。これは組合員のお店を紹介するものですが、組合員が自らの声でCMを作るというもので、放送を聞いた常連客の動員に繋がり、街の話題にもなると考えます。また、防犯の役割も果たすと考えているので、行政と連携をしながら取組んでいきたいと思っています。



## 生衛組合の力を結集!『シニア世代にほっとサービス応援団』を展開

生活衛生営業指導センターには、地域の組合間を結ぶハブ機能としての役割の発揮や消費者から寄せられた声の組合（生衛業者）への還元などが求められています。新潟県生活衛生営業指導センターでは、高齢社会への対応という地域の課題に対し、生衛組合の力を結集させ、地域に密着した生衛業だからこそできるサービスの提供で応えようとしています。

### 生衛組合が連携した高齢者向けサービスを始めた経緯

近年、新潟県は高齢化が進み、平成 23 年 10 月時点の高齢化率（65 歳以上）は 26.4%と全国平均よりも 3%高く、一方で郊外型大型店の進出等により中心市街地商店街の衰退が続いていました。また、生衛業界でも後継者不足や経営者の高齢化等による廃業が増加したことにより、いわゆる“買い物難民”の出現が問題となってきました。

こうしたなか、地域密着型の生衛業では、要介護者等への出張理容・美容サービスやクリーニング業での集配等が行われていましたが、今後、地域の高齢者の生活を支えるには、組合を中心に各生衛業者が連携し、よりきめ細かなサービスを提供することが必要となってきました。

そこで、厚生労働省所管の補助金による健康福祉対策推進事業（高齢者外出支援・生活支援事業）として、「高齢者にやさしい地域づくり」を合言葉に関係者が一同に集い、平成 25 年度から 3 カ年計画でスタートしました。

### これまでの活動と今後に向けた課題について

25 年度はプランづくりです。各生衛組合から選出した委員 10 名で構成した生衛組合連携会議において、提供するサービスメニューや参加店の募集方

法等の実施計画案を作成し、その計画案を事業検討委員会で審議しました。

26 年度は、事業名称「ほっとサービス・ホットタウン事業」として、モデル地域（新潟市中央区）において各生衛組合が連携して 170 店舗で事業を展開しました。内容は各組合のサービスをリーフレット「シニア世代にほっとサービス応援団」で紹介し、応援団ステッカーが貼られた登録店で各種サービスを受けられるというものです。

実施にあたっては、事業を開始した 9 月～10 月の 2 カ月間をキャンペーンとして①メディア PR、②登録店へのステッカー・リーフレットの配布、③市報や機関紙への記事掲載、④リーフレットの配置（約 280 カ所、約 2 万枚配布）を実施しました。また、消費者によるモニターツアーを実施しました。

26 年度の活動を振り返ると、周知・広報活動の不足という課題がありました。モニターツアー参加者や事業検討委員会の委員からは、リーフレット 2 万枚の配布や市報等の機関紙掲載などにもかかわらず、地域住民にほとんど知られていないのではという意見がありました。対策としては、事業の実施状況をストーリー性のある展開としてまとめ、マスコミ等に企画提案し取り上げてもらうなど、様々なやり方でのチャレンジが必要ではないかと考えています。



一方で、関係者からは「この事業はシニア世代の生活をより豊かに楽しくするものであり、一層の事業エリアの拡大と定着が望まれる」、「周知・広報も含めて事業を継続することが最も肝要なこと」などといった激励の言葉をいただいて、この取り組みは一步步ずつ前に進めていかなければならないと改めて感じています。

## 今後の展開について

27年度は、9月21日の「敬老の日」から県内

全域で展開しています。生衛業は、昔から地域の皆様に支えられてきた生業です。この地域を長年にわたり大切に守ってこられた高齢者の方々に生衛業が連携して感謝の気持ちを、健康・福祉サービスの提供等で具現化することで、高齢者が元気に暮らせる地域づくりに少なからず貢献できることが、やがては地域の活性化の一助となり、その結果、生衛業の社会的な認知向上につながれば、この活動の最も大きな成果になるのではと考えています。

## 石川県美容業生活衛生同業組合

### “生涯美容師への夢”の実現に向け、美容専門学校との連携

昨今、あらゆる分野で人手不足が強まっており、まさしく「人」が主役の美容業界にとって、優秀なスタッフの確保と人材育成は喫緊の課題と言えます。また、美容学校にとっても入学者の確保と優秀な卒業生を美容業界に送り出すことは大きな課題です。石川県美容業生活衛生同業組合は美容学校と連携しサポートする取り組みを始めました。

## 金沢美専との連携に至った経緯

平成26年4月、当組合は、美容学校金沢美専を運営する学校法人国際ビジネス学院と業務提携しました。

金沢美専は平成24年に開校した新しい美容学校です。従来、美容学校の卒業生のスキルと美容業界が求めるスキルにややもすると大きなギャップがありました。金沢美専はそのギャップを埋めるため、美容業界関係者や専門家と「産学共同」の職業教育で真の即戦力人材育成を目指しています。

近年、美容業界は少子高齢化や他の職業との労働環境の差もあって、美容師志望者の減少が顕著になってきています。また、今後、業界を活性化・発展させるには、美容組合と美容学校が一体となり「美容師志望者の増加」、「美容学校での職業教育の充実」、「美容サロンの労働条件の改善・向上」等に取り組むことが急務となっています。

こうした両者の思いが一致したことから、業務提携することとなりました。

## 具体的な取り組み内容

美容学校と連携したサポートの具体的な内容は次のとおりです。

### ①美容師志望者増加への取り組み

国家資格である「美容師」という職業の素晴らしさを伝えるための啓蒙活動を展開します。

### ②美容学校授業への講師派遣

2年間の在学中、組合に所属するトップアーティストがヘアメイク、着付け等の実践技術を伝授します。また、全日本美容業生活衛生同業組合連合会（全美連）が、美容師と美容師を目指す美容学校の生徒を対象にメイク・着付けなどの技術を評価する検定制度、「SBS」がありますが、金沢美専は石川県唯一のSBS認定校となっており、資格の取得は就職にも有利な付加価値となります。

### ③就職・再就職支援

まずは求人票を学生がサロン就職に興味を抱くような内容に改善します。学生に対しては求人票の見方などの説明会を開き、サロンに対しては求人票の記入方法の説明や労働条件の改善・向上を要請します。また、学生にサロンの実態を理解してもらうために、学生と組合員サロンとの交流会を開催します。

今後は、組合として無料職業紹介事業の許可を取得し、休眠美容師の発掘や美容技能の再訓練、組合員サロンへの就職紹介等を実施していきたいと考えています。

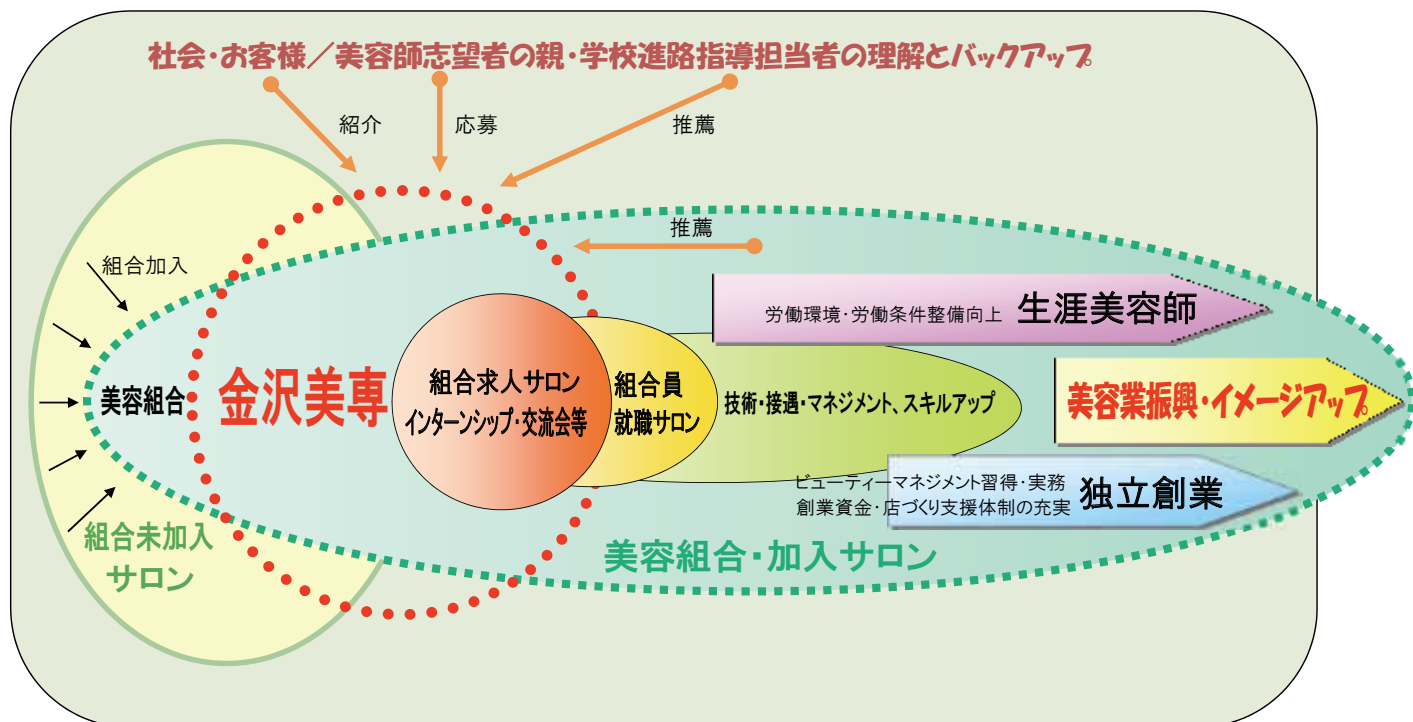
## 活動の効果や課題、今後の展望について

前述のとおり、金沢美専は全美連SBSの認定校となり、学校の先生も組合主催の講習に参加し、順次、認定講師の資格を取得しています。また、美容技術を競う学生大会（地区大会）の「アップスタイルの部」では3名が入賞し、全国大会への出場権を獲得しました。学生本人はもちろん、学校の先生方や指導した組合の指導講師も大変な喜びようで、全国大会に向けさらに技術を磨こうと意気込んでいま

す。一方、就職については、組合員サロンは小型店が多いため、県内外の大型店への就職希望が多く苦戦しています。今後、小型店の良さを強く打ち出す努力が必要だと考えます。

時代の変化に伴い多くの課題がありますが、美容師の増加・定着、そして生涯にわたって美容師を続けられるように、また、独立希望者にはその夢が叶うように、全力でサポートしていきたいと思ひます。

### 美容組合 金沢美専 「産・学共同」による生涯美容師育成フロー



## 年末資金のご案内（生活衛生賞付）

### 年末に向けて、資金のご準備はお済みでしょうか？

例えばこのようなお使いみちにご利用いただけます。

- 年末繁忙期の仕入資金として
- 年末キャンペーン等の販売促進費として
- 季節イベントの経費として
- 老朽設備の更新費用として

- 振興事業賞付
- 生活衛生改善賞付
- 生活衛生セーフティネット賞付

このほかにも、様々なお使いみちでご利用いただけます。詳しくは最寄りの支店へお問い合わせください。

詳しくはこちらまで

【ホームページ】

<http://www.jfc.go.jp/>

【事業資金相談ダイヤル】

0120-154-505



## 地域に必要とされる銭湯を目指して ～銭湯を防災拠点に～

東日本大震災以降、防災意識の高まりから避難場所の整備や食料の備蓄等が進められてきました。そのような中、古くから地域に定着した「銭湯」が地域のためにできることはないかを考え、震災時の実体験を生かして生衛組合としての活動に結びつけた事例があります。「生衛組合だからできること」について、東京都公衆浴場業生活衛生同業組合理事長の近藤和幸さんに伺いました。

### 取組みのきっかけ

東日本大震災が発生した平成 23 年 3 月は、たびたび余震が続いている状況で、私が経営している東京都大田区の銭湯「はすめま温泉」には、一人暮らしのお年寄りの方をはじめとして地域住民の方が自然と集まり、さながら避難所のような様子となっていました。来られた方に理由をきいてみると、「一人でいるのは怖いので、人が集まる場所にいたかった」というものが多かったのです。それを見ていると、銭湯の一つの特徴である「地域住民の交流の場」という役割を、困難な時だからこそ最大限に生かすことができるのではないかと考えました。

さっそく取り掛かったのは、万一の時のために食糧・毛布などを備蓄することです。あわせて、「不安なときは集まって助け合おう」という内容のポスターを掲示し、いつでも気軽に集まれる雰囲気を作りました。また、比較的広い浴場のスペースを利用して、「東日本復興支援チャリティーライブ」を企画しました。ライブでは実際に東北で被災された方を招き、震災の体験談や普段からの備えが大事な事などを話してもらいました。このような活動が地域住民の方に喜んでもらえたため、防災に関する取組みは、地域において銭湯が担うことができる役割の一つだという思いを強くしていきました。

### これまでの活動

当時、東京都公衆浴場業生衛組合大田支部長だった



私は、東京都大田区に対し、避難所としての場所の提供や食料の備蓄など、銭湯が災害時に役に立てるのではないかと持ちかけてみました。すると、話を聞いた大田区長が大いに賛同してくださり、話が順調に進みました。平成 27 年 2 月には大田支部と大田区の防災協定が締結され、大田区内 44 カ所の銭湯が防災拠点として指定されました。同年 3 月には、備蓄用の食糧や毛布などの配布が完了し銭湯を防災拠点とする態勢が整いました。この取組みが形になったのは、行政との連携や態勢の整備などに組織として対応できる生衛組合だからだと考えています。これからは、銭湯が「万一の時に頼れる場所」として地域に浸透していくよう努力していくつもりです。

### 今後について

防災体制は地域ごとに事情が異なるため、必ずしもほかの地域で同じことができるとは限りません。また、同じことをやるべきだとも考えていません。大事なのは、銭湯には防災に関する取組みができる経営資源があるということです。生衛組合なら、このような情報を銭湯経営者のみなさんに共有でき、防災に関するものかどうかは別にして、新しいアイデアが出てくる可能性もあります。生衛組合には情報共有できるネットワークがあり、行政等と折衝ができる組織力もあります。今後も組合だからできることを生かし、地域に貢献し、地域に必要とされる銭湯を目指して頑張っていきたいと思います。



## 『ぐるなびレストランサイトへの無料登録』で組合メリットをPR

生衛組合が抱える課題の一つとして、組合員数の減少が挙げられます。大阪府飲食業生活衛生同業組合では、大手IT企業と連携し、各店舗の販促活動を支援することで新規加入者の獲得に成功しています。

### 『ぐるなびレストランサイトへの無料登録』の活動を始めた経緯

組合創立45周年事業として、かねてより親しくしていただいている、株式会社ぐるなびの久保社長に「組合員のぐるなびレストランサイトへの無料登録制度」の提携をお願いしました。久保社長も個店の重要性を認識していて、「インターネットに触れない店舗が社会的弱者にならないように応援しましょう」と言って快諾していただきました。どの組合にも共通することですが、経営者の高齢化に伴い、パソコンを使用する「敷居の高さ」はあると思います。しかし、現代は待っていればお客様が来てくれるという時代ではなくなってきました。大阪府の飲食店の数は51,441店（平成25年11月現在）、人口172人に1店舗ある計算となり、経営的には成立しにくい状況にあると思います。組合は過去、「食の安全・安心」を中心に発信してきましたが、もっと経営的な視点で今後の組合の事業展開に取り組んでいかないと、組合離れに歯止めがかからない危機感があります。

必要な手続きは店名、電話番号、お店のPRや写真等を掲載する「ぐるなび特製シート」を準備し、ぐるなびへ送るだけです。あとはぐるなびがお店の意向にあったページを作成してくれます。



### 活動を進める際に苦労したこと

組合は縦型組織ではありません。活動のひとつひとつが浸透するまでにどうしても時間が掛かるものであり、最初から「時間がかかるよ、根気と粘りが大事、諦めたら負け」と言い続けています。この活動が成果を上げ始めたのも、ぐるなびが組合員に対して、書類の提出について何度も連絡をしていただくなど、粘り強く縁の下の仕事をしていただいたおかげだと思えます。

### ぐるなびとの連携による活動の効果

ぐるなびとの連携はサイトへの無料登録だけではありません。ぐるなび・日本公庫・当組合による3社共催のセミナーを開催しました（去年は3回）。生衛組合の周知を目的に、組合未加入者を対象とした内容で、ぐるなびは売れ筋メニューの作り方や新規顧客の獲得等の販売促進について、日本公庫は融資制度や融資審査のポイント等について、組合は事業内容や食品国民健康保険加入等について、それぞれ説明しました。各会場には組合員の方も参加されて、勉強になったとの声もありました。

去年の当組合への新規加入者数は、過去3年間で最多となりましたが、これらの活動はもちろん、支部長さんを中心に各支部単位で精力的な勧誘活動をしていただいたおかげだと思えます。



## 今後の取組みについて

当組合では税理士、弁護士、社会保険労務士を顧問に迎えており、組合員が気軽に相談できる態勢は整えています。今後の取組みとして、経営の三要素“ヒト、モノ、カネ”についての情報提供に力を注いでいきます。これからは“情報”が大きい要因になると思います。また、事業の継続・繁栄は、最終的には“ヒト”に尽きると思うので、一過性でなく

地道に継続していく「経営者塾」のような実施主体を持ちたいと考えています。社員教育の面では、人材育成のノウハウを持つ団体と連携し、店長や幹部候補生を対象にしたセミナー等を実施しています。今後は経営者や後継者、そして開業をお考えの方を対象を拡げていきたいと考えています。今後も組合の組織力を結集して組合の活性化に取り組んで参ります。

## 香川県中華料理生活衛生同業組合

### 夢は叶うもの、叶えるもの ～香川県・43年ぶりの組合新設～

平成26年4月、香川県に新しい生衛組合が43年ぶりに誕生しました。多くの苦労がありましたが、理事長ご夫婦の熱意と、その熱意に引き寄せられた仲間の協力により、大きな夢を叶えることができました。理事長の高照恵さんに設立の経緯や設立にかけた思いなどを伺いました。

#### 夫の疑問がきっかけ

組合の設立は平成26年4月2日、21人でスタートしました。

中華料理の組合は、生衛組合としてはスタートしたばかりですが、食品衛生協会に「中華組合」という部会のようなものがあり、25年前から私が理事長を務めていましたが、主立った活動は特にありませんでした。

そこで、20年ほど前、職人の集まりである日本中国料理協会に所属している夫が「中華料理の生衛組合は全国にあるのに、なぜ香川県にはないのか」と言ったのをきっかけに、組合設立の交渉のため県の担当部署に通うようになりました。なかなか取り合ってもらえませんでした。それでも諦めずに何度も通い続けました。

そのような状況が17年続きました。これとは別に、夫が日本中国料理協会の役職に就いていたこともあり、私も補佐として県内各地に出向く機会が増えました。訪問先では、業界の方はもちろん、行政の方とも知り合うことができ、人脈を作ることができました。

#### 仲間と一緒に、根気強く

話が急展開したのは3年前。私の熱意が伝わったのか、県の担当者が交渉の場を設けてくれました。

それからは必要な書類をコツコツと準備する日々

が続きました。私はパソコンに不慣れなので、手書きの文章を色々な方に渡し作成を手伝ってもらいました。専門的な知識を要する書類もあり、司法書士の先生方にもお願いすることもありました。

長くこの業界で頑張ってきた中で、困ったとき、すぐに手を差し伸べてくれる仲間と出会えたことは、私にとって何よりもの財産です。極めつきは、組合設立に同意するという100名分の署名を、若い職人たちが中心となって集めてくれたことです。本当に感謝しています。

このように、たくさんの仲間の助けを受け準備を進めてきたわけですが、負担に耐えかねて夫に「諦めようかな」と弱音を吐いたこともありました。しかし、夫は「ここでお前が諦めたら組合は設立しない。お前がここで踏ん張らなければ、ついてきてくれた若い子たちはどうするのか」と言って許してくれませんでした。夫のおかげでここまで来れたという思いもあり、最後は歯を食いしばり頑張りました。

こうして、どうにか組合を設立することができました。仲間からは「奥さんの粘り勝ち」と言われましたが、協力してくれた仲間全員で叶えたものだと思います。

#### 夢は叶うもの、叶えるもの

組合員は若手が中心で、60代は5人だけです。その5人も後継者が育っているので頼もしい限りで



す。皆にはお金と経営、衛生面の話をよくします。私自身お金で苦労しましたし、事業を継続するために必要不可欠なものです。経営については失敗談を伝えています。成功例は色々な方から聞けますが、失敗例はその業を経験した先輩から聞くのが一番です。私に限らず、長年営業してきた方の体験談を聞けるというのは組合に入ることの財産だと思います。

また、我々は安全なものを美味しく提供しなければなりません。組合に入り、衛生面に関してしっかりとした指導を受けているということは、消費者の安心感にもつながると思います。



今後の目標は組合員数を40～50店まで増やすことと、全国中華料理生活衛生同業組合連合会が主催するヘルシーメニューコンテストで金賞を取ることです。金賞を取ってメディアにも出ていくことで、お店や組合のPRになりますからね。

「夢は見るものではなくて叶うもの、叶えるもの」ということを若い方たちに伝えたいです。熱意があれば助けてくれる仲間が現れて、必ず叶います。私も叶えてきましたし、組合設立という夢も、20年かかりましたが叶いましたしね。

## 一般社団法人 全国生活衛生同業組合中央会からのお知らせ

### 11月は「生活衛生同業組合活動推進月間」です！

生活衛生同業組合は、衛生水準の維持・向上を図り、利用者に安全・安心なサービスを提供するため地域で活動する業種ごとに設立された同業者団体です。

地域での役割をより一層、果たすため、毎年11月を「生活衛生同業組合活動推進月間」と定め関係機関と連携し、「**衛生活動の推進**」、「**組合の周知広報**」、「**ネットワーク拡充**」、「**後継者・若手人材の育成**」、「**消費者、行政等との連携・対話の推進**」を重点事項とし、組合活動を推進していきます。

## お世話になっております。日本公庫です！

日本公庫は、「生活衛生貸付」をはじめとした金融支援と、景況調査やセミナー等を通じて経営に役立つ情報を発信する情報支援の両面から、生衛業を営む方、開業をお考えの方を積極的にサポートします。全国の最寄り支店までお気軽にご相談ください。

### ◆◆◆ 千葉支店（千葉市中央区） ◆◆◆



佐々木 香



千葉支店の佐々木です。平成27年4月から、生衛組合の皆様からのご相談を担当させていただいております。

指導センターや生衛組合の皆様には、普段から大変お世話になっており、お店や事務所をお尋ねすると「よく来たね」と、いつも温かく声を掛けてくださいます。

皆様のご理解とご協力もあり、昨年には飲食組合の方々からお声掛けいただき、「一日相談会」を開催することができました。

今後も、生衛組合主催の講習会等に参加させていただいたり、相談会を開いたりしていきたいと考えておりますので、引き続き、日本公庫をどうぞよろしくお願いいたします。

### ◆◆◆ 静岡支店（静岡市葵区） ◆◆◆

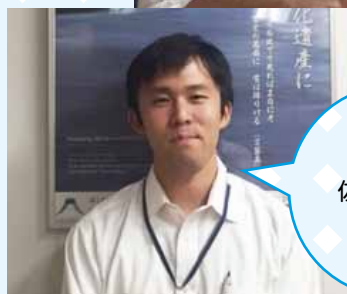
静岡支店の佐藤です。平成27年4月から、生衛組合の皆様をはじめ、生衛業の方々からのご相談を担当させていただいております。

入庫して3年、業務はもちろん、普段の生活を振り返ってみても、生衛業は地域に根差したご商売で、私たちの生活に欠かせない身近な存在であると感じています。

まだまだ業務経験の浅い私ですが、生衛業の皆様のお力になれるよう、日々精進してまいりますので、今後ともどうぞよろしくお願いいたします。若い力で頑張ります！



佐藤 友樹



## 対談

# 生衛業の未来、組織の未来

## 組合・センター・公庫が力を合わせ、業界を元気に！ 生衛業発展のために必要なこと 守るべきもの

平成26年度から「生活衛生同業組合活動推進月間」(毎年11月)が始まり、「衛生活動の推進」、「組合の周知広報」、「ネットワーク拡充」、「後継者・若手人材の育成」、「消費者、行政等との連携・対話の推進」を重点事項とし、組合活動の活性化に向けた取組みが展開されています。

今回、全国生活衛生営業指導センターの大森利夫理事長と日本公庫の岡部修常務取締役に、組合等の役割や今後の生衛業の在り方などについてお話を伺いました。

### 生衛業の特徴

～暮らしを豊かにする個店、個店を絆ぐ組合～

**司会** まず始めに、生衛業の特徴について、お話を伺いたいと思います。

**岡部** 生衛業は非常に身近なサービス業であり、事業所数は100万を超え、全産業の約2割を占めています。生衛業は、モノをただ販売するというだけではなく、例えば、飲食店では「美味しさ」、映画館や旅館では「楽しさ」、理容、美容、銭湯やクリーニング店では「美しさ」といった、心を豊かにしてくれるサービスも提供してくれます。私も家族と一緒に美味しい料理を食べに行ったり、映画を観たり、旅行をしたりするなかで、日々、こうした生衛業の良さを実感しています。今まさに「地方創生」が注目されていますが、地域に密

着した生衛業の活性化は、非常に意味のあることではないかと思います。

また、生衛業は、個人や家族で営業されているお店が多く、一軒一軒のお店で解決できる課題もあれば、同業者が一緒になって取組まなければならない課題もあります。各地域の同業者が様々な課題を乗り越えていくなかで、組合は中心的な役割を果たしているのではないのでしょうか。

**大森** 地域密着型の業であり、全体的に零細企業が多い。生衛業の特徴は、今言われたとおりだと思います。個々のお店は規模が小さいから組合に集う。組合も一つひとつは決して強くはないので、生衛業17業種の団体が集まり、一緒になって物事に取組み、地域に貢献していく。こうした「横のつながり」が大事なのだと思います。

**岡部** 今、政府は女性の社会進出を後押しする施策を打ち出していますが、美容師さんをはじめ、女性が活躍される場が非常に広いのが生衛業の特徴です。その意味では時代を先取りしていると感じますし、女性ならではの美しさやきめ細やかさなどが活きる業界です。

**大森** 女性の活躍について理容業を例にとると、女性理容師のきめ細やかな顔そりはお客様に大変喜ばれます。今後、高齢化が進み訪問理美容の需要も高まるなか、女性理美容師の活躍の場も、どんど



ん拡がっていくのだと思いますし、飲食店や旅館などでも、女性の活躍はますます重要になってくるのではないのでしょうか。

## 現状と課題

### ～組合、公庫の役割とは～

**司会** 次に、生衛業の現状と課題、組合の役割について、お話をお聞かせください。

**大森** 個々のお店の現状、組合の現状に分けて考えてみます。まず、個々のお店については、政府が色々経済対策を打っていますが、地方、そして生衛業などの零細業まで波及してこないといった話をよく聞きます。景気の回復はなかなか実感できず、経営が厳しいというのが個店の現状でしょう。一方、組合においては、組合員数の減少が大きな問題です。時代も変わり、自由が先行する現状では組合加入への理解を得られにくい厳しい状況であります。

**岡部** 組合の現状についてお話がありましたが、私も公庫の各支店では、融資相談に来られるお客様、特に開業をお考えのお客様に対して、積極的に組合をご案内していますが、組合に入るとどんなメリットがあるのかを気にされる方が多くいらっしゃいます。

そこで、組合の皆さんにお願いしたいことがあります。それは、なんでも気軽に相談できる身近なサポーターとしての役割を發揮していただきたいということです。当然、新しくお店を出す方はお店の経営に多くの不安を抱えていると思います。そうしたときに、長年同じ地域で活躍されている同業の先輩方に失敗談も交えた体験談やアドバイスを聞くことができたり、気軽に相談できたりするのであれば大きなメリットと感じ、「組合に入りたい」と思う方も相当出てくるのではないのでしょうか。

**大森** 組合加入には、何かのきっかけが大切だと思います。創業時はそのタイミングの一つです。あとは、店舗改装や事業承継、先ほどお話にあった組



合の先輩経営者によるアドバイスなどが一つのきっかけとなり、組合を知り、加入されるのだと思います。公庫は、特に創業時、お客様との接点が多いですからね。そこで声を掛けてくれるのは組合加入に繋がるありがたい取組みだと思います。

また、衛生水準の確保・向上は組合の役割の一つですが、これには業界全体の視野で取り組む必要があります。例えば、理容業では衛生消毒に関する講習会を開きますが、組合員以外にも広く門戸を開け、理容師仲間全員で、団体も一緒になって、衛生水準を上げようとする思いと行動が大切です。組合員以外のサロンも参加して初めて、業界全体の衛生水準を上げるのであって、本来の目的が達成されるのではないかと思います。

## 日本公庫に期待すること

### ～公庫の「行動の汗」が生衛業を元気にする～

**大森** 先ほどの組合加入の取組みも含めて公庫はよく頑張ってくれていると思いますが、もう少し外に出るセールス意識を持ったほうがよいのではないかと思います。例えば、指導センターや組合が行う講習会などの事業を一緒になって取組んでいただくと我々もありがたいし、貸付にも結び付けてくると思うんです。また、情報集めのつもり

で「景気はどうか」と、組合の役員や組合員さんのお店にどんどん出向く。いわゆる「行動の汗」ですね。物事の成功には知恵で対応することと、汗をかいて成果を上げることの2つがあります。公庫の貸付が伸びると業界に元気が出てきますので、我々も頑張りますから、ぜひ公庫も頑張ってください。加えてもう一点、金利が非常に複雑で分かりづらいですね。いろいろと条件はあるでしょうが、例示として「〇年で〇%」というすっきりした表現を工夫してほしいと思います。公庫の利用を一生懸命勧めても「手続きも難しそうなので止めた」と言われることがあります。やっぱり分かりやすいことが一番じゃないですか。

**岡部** 貴重なご提案、ありがとうございます。今、理事長からお話いただいたように、利用させていただく方の目線で分かりやすい説明、分かりやすい表現を考えていかなければならないと思います。もう一つ、せっかく地域の同業者の方々が集まった組合があるわけですから、今まで以上に事業統轄や担当者が出向いて連携を取らせていただきたいと思います。融資制度のご紹介はもちろん、経営上の参考になるようなセミナーの共催など、今以上に組合と連携して地域の生衛業者の方々のお役に立てるように頑張っていきたいと思っています。



## 指導センターの役割

～各地域でお客様目線の組合活動をサポート～

**司会** 続いて、指導センターの役割について、お話をお聞かせください。

**大森** 全国生活衛生営業指導センターの理事長を務めておりますが、まず、お客様や国民一人一人の利用者の立場に立って、物事を考えていかなければならないと思っています。我田引水的な考え方はいけませんね。

そして、やはり業界の繁栄、お店の繁栄に目を向けることですが、これは、お客様目線で物事をしっかり考えることです。お客様のご要望にしっかりと応えることができれば、経営にも大きくプラスになり、そのお店の繁栄に繋がり、それは業界全体の元気となるでしょう。

日本の衛生水準の高さは世界に誇れるもので、これは、国民一人一人がこつこつと取組んできた結果であり、戦後の日本の成長へと繋がったのであって、生衛業が引っ張ってきたとも言えます。食べ物にしても何にしても、世界一安心安全ですよ。このことをしっかりと、もっと胸を張って守り、そして広げていくことが、指導センターの役割だろうと思っています。

**岡部** 指導センターの皆様が、地域の実情を踏まえ組合の活動をサポートすること。また、指導センターと組合・公庫がそれぞれの役割を發揮し、得意分野で協力しながら、お店の健全経営やサービスの充実をサポートすること。地域の皆様に安心や満足を提供するにはこうしたことが大切なのではないかと思っています。

**大森** 先ほど、地域に密着した生衛業の活性化が大事というお話がありましたが、その通りです。全国組織としての活動はもちろん大事ですが、各都道府県センターの細やかな活動、そのサポートが重要なのだと思います。

私の地元・愛媛県では、13業種の組合が広告資金を持ち寄って、年に1回、推進大会を開催しています。最近では高齢社会をテーマに、飲食店は



高齢者に優しい食事、理容・美容はアンチエイジングケアの提案など、各組合が得意分野で協力し合い取り組んでいます。この活動は業界内だけにとどめず、お客様に広く知ってもらい、参加してもらうことが大切です。

また、地方を元気にしようということで今年度は、IターンやUターン者の支援についても、生衛業界でできることはないか検討しているところです。こうした取り組みをどんどん発信することで、組合への理解が社会へ広まっていくのです。



### 業界発展のために ～変わっていく勇気 守るべきもの～

司会 それでは最後に、生衛業や組合の未来について、お話を聞かせてください。

岡部 生衛業というのは、そこに住む方がいれば、まさに不可欠な存在、サービスです。ただ、お客様のニーズは時代とともに変化していき、高齢化など、地域が抱える課題も様々です。そこで、組合員の皆様がその地域の課題を積極的に受け止めて、地域の個性や個店の特色を活かしながら、自分たちの街づくりを良い方向に進めるために熱い思いで活躍していただければ、組合の社会的な役割も理解されやすく、地方創生にも貢献できるのではないかと思います。

大森 先ほどお話のあった個性を活かす、皆一緒に渡



れば怖くないというのではなく、それぞれのやり方があるということだと思います。グローバル化が進む中、競争になってくると、“皆が同じ経営をして店を選んでくれ”という時代ではないでしょう。理美容室を例にとっても、おしゃれの最先端を走るんだというサロンもあれば、高齢社会に対応できるソーシャルビジネスを打ち出すサロンもある。そういった個性ある店づくりが求められる中、営業方法も広がっていかねばいけない。私としては少々憎まれてでも組合を生き活きたものに変えていこうと考えています。

そして、日本の誇る「おもてなし」、これは大事にしていくべきだと思います。技術力の高さはもちろんですが、目配り・気配りといったおもてなしは日本の良さ、これも個性だと思うし、伝統



として残していくべきものでしょう。

また、残すものがある一方で、グローバル社会に適応していくということも併せて考えなくてはなりません。変えるべき時は柔軟な頭で臨む。例えば、高齢社会への対応として“地域の見守り隊”のような新しいビジネスを展開したり、昔からあるものに追加すべきものがあれば加えたりして、さらに事業を伸ばしていく。今は、東京オリンピックという明るい話題がありますが、急速な高齢化で厳しい時代は必ずきますからね。

繰り返しになりますが、残すべきものは残し、変えるべきものは変えていく。この考えを忘れて

はなりません。生衛業の未来、発展はあると思っています。

**岡部** 本日は貴重なお話を伺うことができました。時代の変化を先取りし、地域の個性、あるいは経営者の方々の熱い思いをしっかりと反映しながら、社会生活を豊かにしていく。それがまさに生衛業の役割だと思います。

公庫も精一杯協力させていただきます。本日はありがとうございました。

(司会：日本公庫生活衛生融資部 小出顕生部長)



### 大森 利夫

全国生活衛生営業指導センター理事長  
平成18年5月全国理容生活衛生同業組合連合会理事長に就任。全国生活衛生同業組合中央会理事長を経て、平成26年6月から現職。

### 岡部 修

株式会社日本政策金融公庫常務取締役  
昭和56年4月厚生省入省。厚生労働省生活衛生課長、年金積立金管理運用独立行政法人理事、東北厚生局長を経て、平成26年6月から現職。

## 輝く女性経営者に ～女将だからできること～

2020年東京オリンピック・パラリンピックの誘致が成功し、流行語にもなった「おもてなし」。全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会（以下「全旅連」）には、サービス業の最前線で日本の「おもてなし」を体現する女将さん、女性経営者で組織する「女性経営者の会」（以下「JKK」）があります。

### 女性経営者の会とは

平成16年、当時の全旅連会長（小原健史氏）が、旅館・ホテル業に携わる責任ある立場の女性たちが、女性経営者ならではの発想と感性で、共通の経営問題に取り組むための情報交換の場を築きたいと考え、当会が発足しました。当初は7人だったメンバーも、10年を経過した現在は60名を超える組織となりました。

耐震問題、多様化するSNS、ネットエージェント（OTA）への対応や訪日外国人旅行者の劇的な増加等、業界を取り巻く環境は厳しいうえにめまぐるしく変化しており、それに対応していかなければなりません。JKKは時代の流れに即応できる力を養うための研修会を開催し、優秀な女性経営者を育成することで業界全体の体力強化の一助になりたいと考えています。

また、地域全体の活性化を図り、地域の方と連携しながら社会へ貢献することは、女性経営者の地位を向上させ、宿泊業が更に発展する力になると思います。

### 具体的な活動内容

#### ①インバウンド委員会

平成25年、訪日外国人旅行者数が初めて1,000万人の大台に乗り、翌年は1,300万人、今年は1月～7月の累計で既に1,100万人を突破したと報道されました。2,000万人の目標は平成30年（2020年）を待たずして達成する勢いです。

日本の観光業界の発展は、インバウンドの受入なしには考えられない現状があります。そこで、内向きになりがちな女性の目を大きく海外に向け、インバウンドに精通した女性経営者の育成を目指し、今期新しく「インバウンド委員会」を立ち上げました。

委員は11名、会員へのアンケート実施や勉強会

を開催しています。今年7月には全旅連青年部と合同で、観光庁や旅行情報サイトの運営会社等を訪問し意見交換を行いました。また、インバウンド対応の取組みが進まない施設向けに、女性経営者ならではのヒントをちりばめた動画を作成予定です。さらにこの内容を工夫し、外国人旅行者が日本での滞在方法を学べる動画にもしたいと考えています。

来期はJKKのメンバーで海外の旅行会社等を視察し、宿泊業に携わる女性経営者の存在を海外でアピールするとともに、各施設のインバウンド売上に貢献できる事業を海外で展開したいと考えています。

#### ②絆委員会

これまで「社会貢献委員会」として活動していましたが、今期「絆委員会」に改称しました。「絆」には、JKKの会員同士はもちろん、全旅連会員や外部組織、消費者との絆を深める役割を果たすという思いを込めています。

前身の社会貢献委員会の発足は4年前、ピンクリボン運動<sup>\*</sup>のほかに東日本大震災の被災地の方が作成したストラップの販売等を行ってききましたが、今期はピンクリボン運動に絞って活動していく予定です。



これまででは取組み事例の紹介が中心で、実施自体は各施設に任せていましたが、今期は統一した取組みとして、宿泊業に携わる者しかできないピンクリボン運動を女性目線で検討し、全旅連全体にピンクリボン運動を広げていきたいと考えています。

※ 乳がんの正しい知識を広め、乳がん検診の早期受診を推進することなどを目的として行われる世界規模の啓発キャンペーン。

## 今後の展望

政府の成長戦略の1つとして女性の登用があります。平成30年までに女性管理職の割合を30%にするという目標を掲げていますが、宿泊業における女性管理職の歴史は古く、業の特徴でもあります。

日本が誇る「おもてなし」は日本女性の存在なしにはあり得ません。東京オリンピック・パラリンピックを見据え、宿泊業の女性経営者の力を国内外に発信し、日本の宿にきらきらまぶしく輝く女性経営者がたくさんいることをアピールしていきたいです。



## トピックス

JKK会長を務める岡本尚子さんに、入会の経緯やJKKへの思いなどを伺いました。

### “一匹女将”

昨年、JKKは10周年を迎え、私は次の20周年に向けてスタートする最初の会長となりました。JKKが次の10年に向け益々発展する基礎を固めることが、私に課せられた仕事だと思っています。

私は女将にならなくてもよいとの約束で結婚し、3人の子供に恵まれ、15年間、専業主婦をしていました。40歳の時に義父が会長、夫が社長になったのをきっかけに、子供たちも手を離れていたこともあり、私も旅館の仕事を手伝うことになりました。大変遅咲きですが、若女将としての仕事がここからスタートしました。

何もわからない社長の奥さんが会社にやってくるほど、従業員にとって厄介なものはないと思います。誰も仕事を教えてくれる人がいない中、私は少しずつ自分でできる仕事を広げ、経理や総務の仕事をこなすようになりました。しかし、宿泊業に友人もなく、井の中の蛙、一匹オオカミならぬ一匹女将の存在でしかありませんでした。そこでめぐり合ったのがJKKです。

### 仲間と共に、次の10年へ

JKKに入会して、「メーリングリスト」の存在を知り、自分のアカウントを作り、メーリングリストに参加しました。そこで初めて宿泊業の経営に携わる女性経営者

という、同じ立場の友人にめぐり合うことができ、私にわからないことを尋ねると、すぐに誰かが教えてくれることに感激しました。苦勞しているのが私だけではなかったということを知ることだけでも、どんなに気持ちが楽になるかは、私が一番知っています。

総会を含めると年に4回の定例会に出席することは、施設を離れる機会が少ない女性経営者にとって、勉強会で経営者の資質を高めるとともに、自館を離れて外の世界を見る大変貴重な機会でもあります。

JKKに入会して10年、昔の私のように自館と家庭を守り続けて外に出ない女性経営者に、JKKに入会して、もっと大きく女性経営者の資質を伸ばしていただきたいと伝えています。どうしても宿を離れることができない方も多くいますが、そんな方にはメーリングリストで他の女性経営者とつながることだけでも得るものが多いことを伝えたいです。



経験の浅い私が、無謀にも会長を引き受けたのは、このような思いがあったからです。

JKKの存在価値を一番知る会長として、JKKの会員に、そして、未入会の一人で頑張っている全国の

女性経営者の方々に、「あなたは一人じゃない」「一緒に頑張ろう」「素晴らしい女性経営者になろう」と友人の輪、仲間の輪を広げていきたいと考えています。

## 全国クリーニング生活衛生同業組合連合会・中央青年部会

### 若い力で組合活性化 ～青年部だからできること～

組織の活性化を図るため、生衛業界に限らず様々な組織において、若手の人材育成・登用が積極的に進められています。全国クリーニング生活衛生同業組合連合会（以下「全ク連」）の青年部組織、中央青年部会（以下「中青会」）の活動もその1つ。青年部だからこそできることに全力を注ぎ、組合組織の活性化、さらにはクリーニング業界の発展を目指し活動する中青会の取り組みをご紹介します。

#### 中青会の概要

中青会は、クリーニング業に携わる青年層が中心となり、組合組織全体の強化、さらにはクリーニングの経営体制に関する自主的な研究・活動を促進することを目的に、全ク連の一部会として昭和46年に設立されました。各都道府県の組合に置かれた青年部を中青会の会員として位置付け、全国29の青年部、部員540名で構成しています。

会の運営は、全国から選出された12名の常任委員と監事2名、相談役3名が行い、このほかには「クリーニングサービスに関する利用者意識調査」を担当する首都圏の委員が中心の需要開発研究委員会、事業をさらに推進していくためのワーキング委員がそれぞれ9名います。

年1回、総会にあたる単青組首長会議を開催し、そこで決定した事業計画を基に事業が進められます。全国29の組織の青年部長が一堂に集まる貴重な機会でもあるため、組織力の維持・向上等を目的とした研修を実施しています。また、年に4～5回、役員会にあたる常任委員会を開き、事業を効果的に進めていくための調整や組織強化について協議・検

討しています。

#### 主な取り組み内容

##### クリーニングサービスに関する利用者意識調査

本調査は、クリーニング業界が利用者の意識を知り、自らの経営・技術、サービスのあり方等を捉え直すため、年1回テーマを1つに絞って実施しています。アンケートは全国の青年部員が主体となり、9月～11月の間に青年部員店での聞き取りや街頭イベント等で実施しています。翌年3月にアンケート結果を取りまとめ、機関誌の「クリーニングニュース」等で公表するほか、研修等でも活用しています。

ここ数年はスーツのダブルクリーニングや近年台頭してきた保管サービスをテーマに、「夏のスーツメンテナンス～酷暑に負けない衣類のケア～」（25年度）、「衣類の保管と衣替え～大切にしたい衣類と文化～」（26年度）と題し調査を実施しました。

27年度のテーマは「セーター・カーディガンについて」です。10月1日（木）～11月30日（月）まで、中青会ホームページでもアンケートを実施していますので、是非ご協力ください。



中青会ホームページ

<http://www.cleaning-seinenbu.net>

## 経営者育成

24年度に専門の委員会を立ち上げ、商圈分析、商品分析、クリーニング業に合わせた自店の分析（S W O T）を研究し、全国数カ所で開催しました。クリーニング業界は経営的に厳しい状況の店舗が多く、すぐに成果を出すことは難しいのですが、なかには講習会で学んだ内容を実践し、経営状況の改善に至った例もあります。

また、集客に結び付くホームページの研究や動画の配信などについて研究を行うなど、IT事業にも力を入れており、セミナーや冊子を通じて部員に還元しています。

このほか、販促活動支援の取組みとして季節にあった店頭用POP「LD-POP」をホームページからダウンロードできるようにしたり、利用者に対し衣類やクリーニングに関する情報提供を行うための店頭掲示物やポスター等を作成し、各部員に配布したりしています。

## 今後の展望

クリーニング業界は後継者の問題や経営のひっ迫など、厳しい状況にあります。その中で活路を見出すためには、クリーニング業や組合事業において、時代に適応した戦略を考えられる経営者を育成していく必要があります。

今後の展望としては、20～30代の後継者候補の発掘や女性経営者の参画にも力を入れていきたいと考えています。

## セミナー・イベント情報

開催日	セミナー・イベント名	開催場所	セミナー・イベントの概要	主催者
11月9日(月) 13:30~15:50	生衛業経営セミナー	ホテルグラン ヴィア和歌山	生衛業は、衛生的で快適な国民生活を支えます！ 生活衛生営業におけるお金をかけない“店舗リニューアル”の秘訣を紹介していただきます。また、生活衛生同業組合の活性化への取組と各生衛業の連携等について取り上げます。	全国生活衛生営業 指導センター
11月17日(火) 13:00~14:40	第53回静岡県生活衛生 同業組合大会講演会 演題「お客様の心をガッチリつかむ店舗リニューアル5つの法則」 ～お金をかけずにここまで変わる!!～ 講師 ワーク&ライフインベーター Office W-being代表 響城れい (日々キレイ)	静岡商工会議所 5階大ホール	参加費無料 どなたでも参加できます。講演会資料の準備上、事前予約をお願いいたします。 詳細は、ホームページでもご覧いただけます。 <a href="http://www.seiei.or.jp/shizuoka/">http://www.seiei.or.jp/shizuoka/</a>	静岡県 生活衛生営業 指導センター
12月10日(木) 13:30~15:50	生衛業経営セミナー	ホテルグラン ヴェール岐山	生衛業は、衛生的で快適な国民生活を支えます！ 生活衛生営業におけるお金をかけない“店舗リニューアル”の秘訣を紹介していただきます。また、生活衛生同業組合の活性化への取組と各生衛業の連携等について取り上げます。	全国生活衛生営業 指導センター

経営課題解決セミナー

# 訪日外国人集客で売上アップ

～外国語ができない私でも、  
年間1,000人増も夢ではない!～

2015年  
**11月26日(木)**

14:00～17:00

(定員:先着70名)

《参加費:無料》

会場:日本政策金融公庫 本店5階  
(東京都千代田区大手町1-9-4)

## ◆セミナー概要

少子化や国内需要が低迷するなか、2014年の訪日外国人は13百万人を超え、インバウンド市場が急激に拡大してきています。

安定的な訪日外国人の誘客を行うためには、国ごとに異なる市場の状況や、ニーズなどの専門的な情報を知り、対応していくことが必要となります。

これから具体的に何をすべきか、本セミナーでは、効果的な訪日外国人の集客方法と具体的な事例紹介を交え、実践的なノウハウを学んでいただけます。

### ＜お問い合わせ先＞

日本政策金融公庫 国民生活事業本部 生活衛生融資部  
TEL 03-3270-1652 FAX 03-3270-7650

旅館業、飲食業などのサービス関連業で

訪日外国人向けの売上を増やしたいという方に

おすすめの内容です!

☑ 訪日外国人誘客の際の注意点を知りたい!

☑ 外国語は苦手だが

言語対応を工夫し受け入れたい!

☑ 訪日外国人に自社の魅力をアピールしたい!

### 【講師紹介】

### 【講師プロフィール】



旅行会社にて訪日旅行市場のマーケティング、宿泊施設の販促等に5年半携わった経験や大手テーマパークでのアルバイトを含め、観光業・サービス業に約20年間従事。世界一の観光大国フランスに2年間留学し、エセック経済商科大学院大学にて国際ホテル経営学修士(MBA)を取得。

現在は、主に観光業・サービス業の中小規模事業者を対象にマーケティング戦略や外国人対応等の支援を行う。

井上 朋子(イノウエ トモコ) 氏

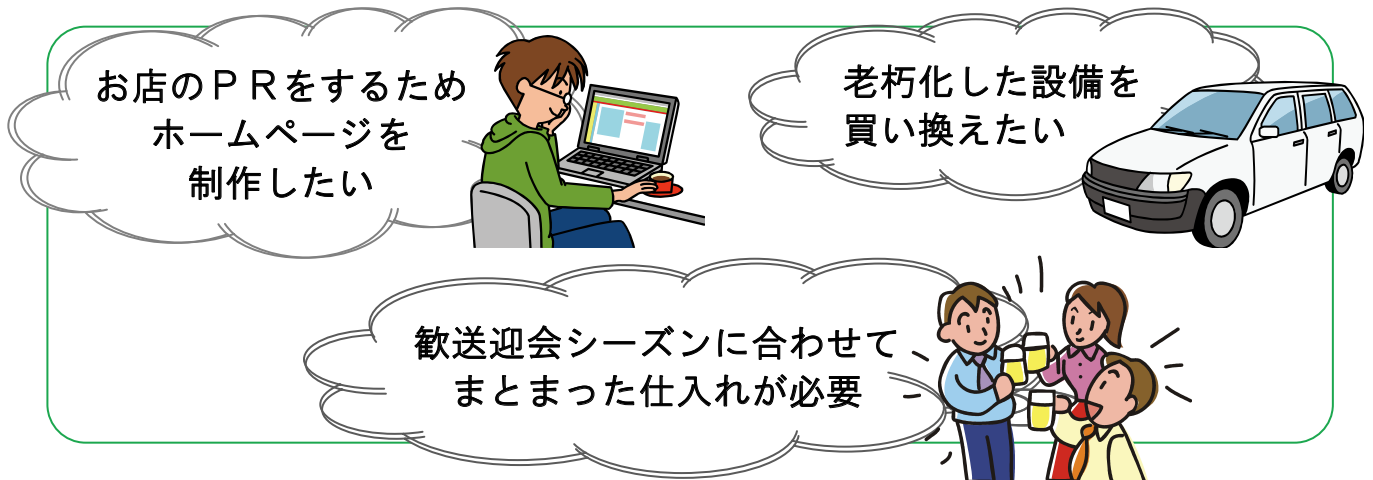
中小企業診断士、フードツーリズム・コンサルタント、日英翻訳家

《主催》株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部

《後援》厚生労働省、観光庁、(公財) 全国生活衛生営業指導センター

(一社) 全国生活衛生同業組合中央会、(独) 中小企業基盤整備機構

# 経営課題の解決に取り組む 生活衛生関係営業のみなさまを応援します！



## こんな時は、日本公庫の**生活衛生改善貸付**

無担保・無保証人の融資制度で、返済期間に関わらず利率が一定です。

ご融資額

**2,000** 万円以内（ご返済期間：設備資金 10 年以内、運転資金 7 年以内）

利率

年 **1.25**%（平成 27 年 9 月 9 日現在）

お借入利率は金融情勢によって変動いたしますので、記載されている利率とは異なる場合がございます。

※ 小規模事業者（従業員 5 名（旅館業および興行場営業は 20 名）以下）であって、一定の要件を満たした上で生活衛生同業組合等の長の推薦を受ける必要があります。

➤ **例えば、300 万円（設備資金 200 万円、運転資金 100 万円）を借入、7 年返済にすると…  
⇒ 適用利率は年 1.25%、借入当初のご返済月額は約 4 万円\*です。**

※元金と利息の合計額です。元金均等返済の支払利息はお借入残高に応じて変動します。

ご相談は  
お気軽に

ご相談は、日本政策金融公庫国民生活事業の窓口または都道府県の生活衛生営業指導センター、生活衛生同業組合までお気軽にどうぞ。

なお、審査の結果、お客さまのご希望に沿えないことがあります。



日本政策金融公庫

国民生活事業

<http://www.jfc.go.jp/>

事業資金相談ダイヤル

（行こうよ！公庫）

☎0120-154-505

※電話番号のお掛け間違いにご注意ください。

生活衛生だより 第 179 号 平成 27 年 10 月 1 日発行（季刊）

発行所 株式会社 日本政策金融公庫 国民生活事業本部 生活衛生融資部

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-9-4 大手町フィナンシャルシティノースタワー

TEL. 03-3270-1653 FAX. 03-3270-7650 <http://www.jfc.go.jp/>