

生活衛生 だより

2019

11

No. 195

生衛組合活性化 特集

■アンケート結果

生衛業の若手経営者 300人アンケート

■他団体等と連携した組合取組事例

- ◆ 静岡県料理業生活衛生同業組合 熱海支部
静岡県社交飲食業生活衛生同業組合 熱海支部
静岡県飲食業生活衛生同業組合 熱海支部
- ◆ 奈良県理容生活衛生同業組合
- ◆ 千葉県旅館ホテル生活衛生同業組合
- ◆ 石川県公衆浴場業生活衛生同業組合 金沢支部

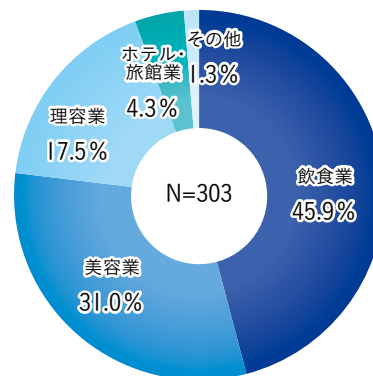
生衛業の若手経営者 300人アンケート

毎年、生活衛生だより11月号では、「生活衛生同業組合活動推進月間」に合わせ、生活衛生同業組合（以下、「生衛組合」）の活動について特集しています。今回は、生活衛生関係営業（以下、「生衛業」）の未来を担う若手経営者の方にアンケートを実施し、経営課題や支援ニーズ、生衛組合に関する意見などをお聞きしましたのでご紹介します。

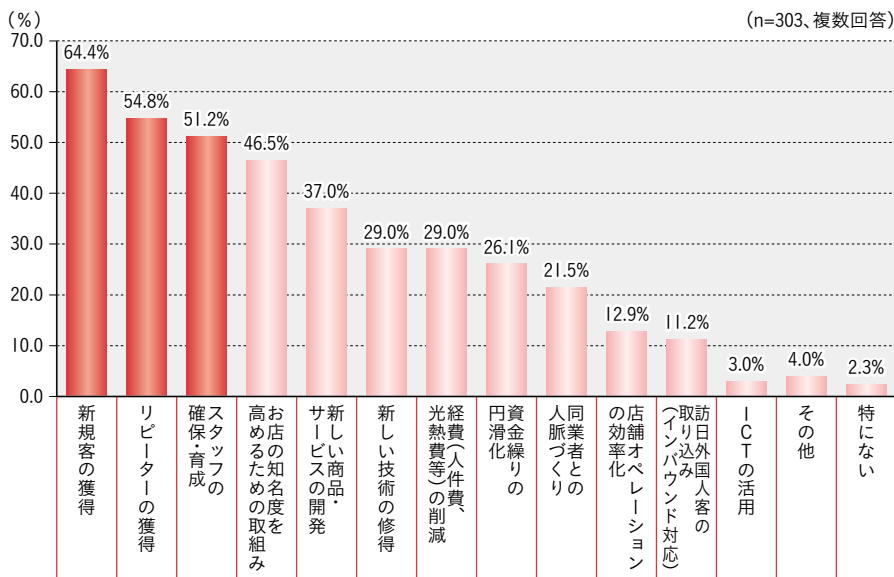
アンケート概要

- 方法
郵送（無記名）
- 実施時期
2019年8月
- 対象
生衛業の事業者 1984企業
※日本公庫（国民生活事業）の取引先であって、40歳未満の個人事業主
- 有効回答数
303企業（うち組合員 140企業）

○業種別の回答企業の構成



1 若手経営者が抱える経営課題



若手経営者に対して、経営課題を尋ねたところ、「新規客の獲得」との回答が64.4%と最も多く、次いで、「リピーターの獲得」54.8%、「スタッフの確保・育成」51.2%となりました。

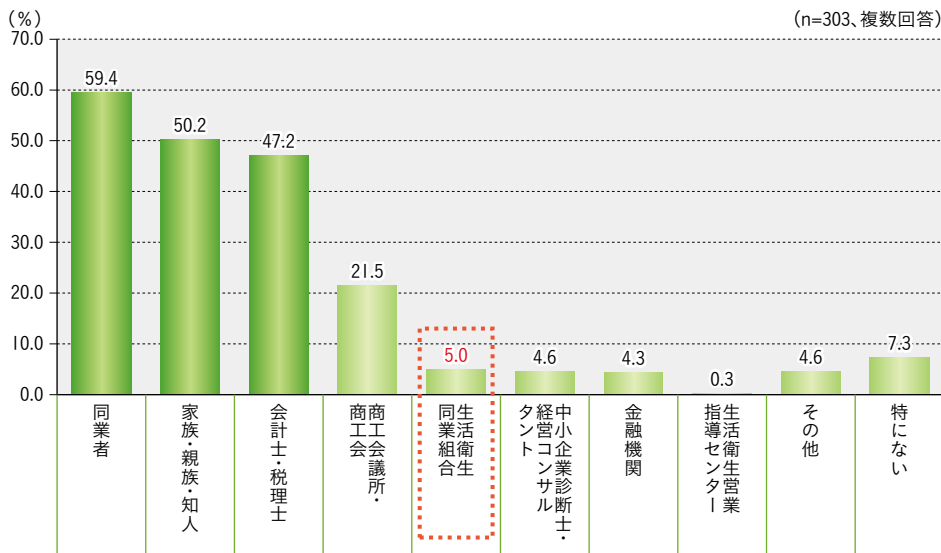
このことから、多くの若手経営者が「集客」や「人の確保」に苦慮していることが伺えます。

また、業種別にみても、飲食業では「新しい商品・サービスの開発」と回答した割合（51.8%）が、理・美容業では「新しい技術の修得」と回答した割合（38.8%）が、それぞれ全体と比べて高くなっています。

(単位: %)

経営課題	新規客の獲得	リピーターの獲得	スタッフの確保・育成	お店の知名度を高めるための取組み	新しい商品の開発	新しい技術の修得	経費の削減	資金繰りの円滑化	同業者との人脈づくり	店舗オペレーションの効率化	訪日外国人客の取り込み	ICTの活用	その他	特にない
全体	64.4	54.8	51.2	46.5	37.0	29.0	29.0	26.1	21.5	12.9	11.2	3.0	4.0	2.3
飲食業	65.5	58.3	56.8	48.9	51.8	20.9	30.2	33.8	24.5	19.4	12.9	2.9	2.9	0.7
理・美容業	61.9	52.4	46.9	44.9	25.2	38.8	27.9	17.7	17.7	6.1	4.8	2.0	4.8	4.1

2 経営に関する相談相手



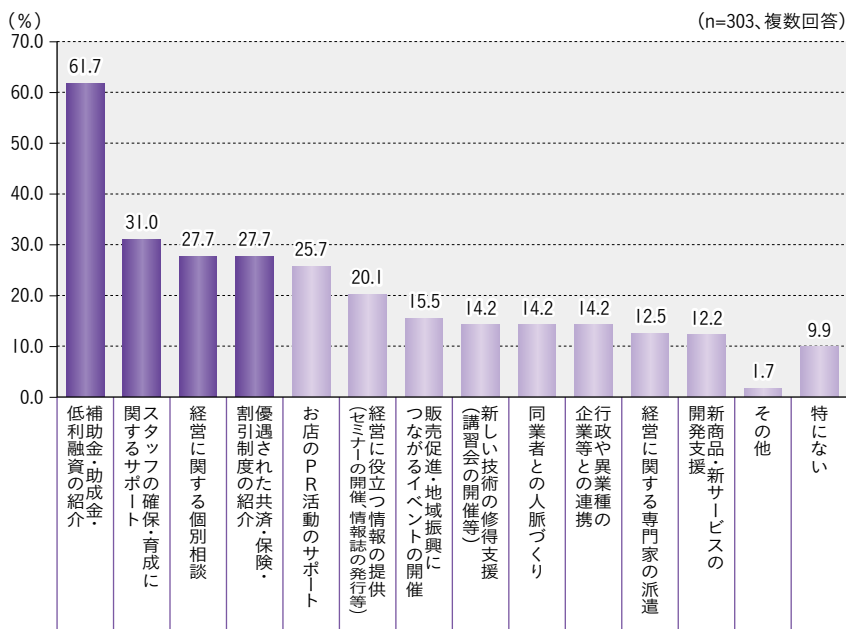
若手経営者に対して、経営に関する相談相手を尋ねたところ、回答の多い順に、「同業者」59.4%、「家族・親族・知人」50.2%、「会計士・税理士」47.2%となりました。

一方、「生活衛生同業組合」との回答は全体で5.0%、生活衛生同業組合に加入している若手経営者（以下、「若手組合員」）で10.7%に留まりました。

(単位: %)

相談相手	同業者	家族・親族・知人	会計士・税理士	商工会・商工会議所	生活衛生同業組合	中小企業診断士・コンサルタント	金融機関	生活衛生営業指導センター	その他	特にない
全体	59.4	50.2	47.2	21.5	5.0	4.6	4.3	0.3	4.6	7.3
組合員	57.1	48.6	57.1	25.0	10.7	3.6	4.3	0.7	4.3	4.3
組合未加入者	61.0	50.3	39.6	18.9	0.0	5.7	4.4	0.0	4.4	10.1

3 外部団体から支援してもらいたいこと



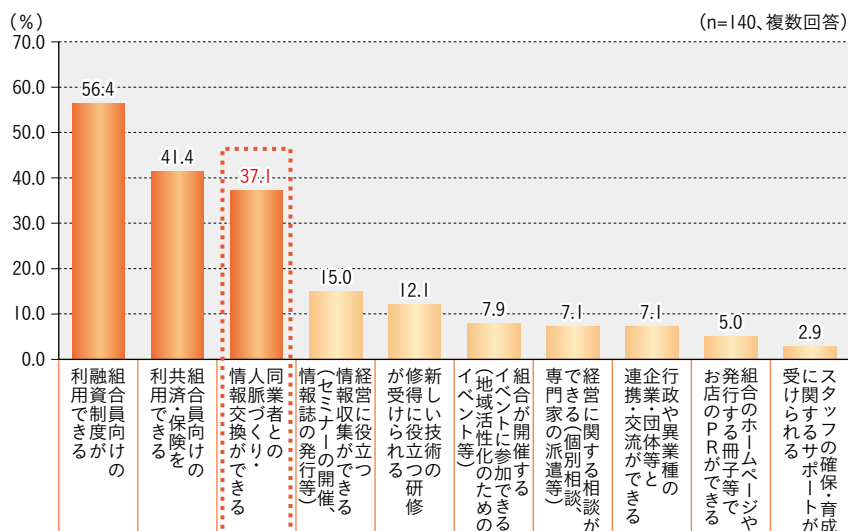
若手経営者に対して、外部団体（生活衛生同業組合、商工会・商工会議所等）から支援してもらいたいことを尋ねたところ、「補助金・助成金・低利融資の紹介」との回答が61.7%と最も多く、次いで、「スタッフの確保・育成に関するサポート」31.0%、「経営に関する個別相談」27.7%、「優遇された共済・保険・割引制度の紹介」27.7%となりました。

このほか、業種別に見てみると、飲食業では「お店のPR活動のサポート」と回答した割合（31.7%）が、理・美容業では「新しい技術の修得支援（講習会の開催等）」と回答した割合（19.0%）が、それぞれ全体と比べて高くなっています。

(単位: %)

サポート	補助金・助成金・低利融資の紹介	スタッフの確保・育成に関するサポート	経営に関する個別相談	優遇された共済・保険・割引制度の紹介	PR活動のお店のサポート	経営に役立つ情報の提供	イベントの開催	販売促進・地域振興につながる	新しい技術の修得支援	同業者との人脈づくり	企業や異業種との連携	経営に関する専門家の派遣	新商品・新サービスの開発支援	その他	特にない
全体	61.7	31.0	27.7	27.7	25.7	20.1	15.5	14.2	14.2	14.2	14.2	12.5	12.2	1.7	9.9
飲食業	60.4	32.4	26.6	28.1	31.7	17.3	20.9	10.8	16.5	14.4	14.4	8.8	11.6	0.7	11.5
理・美容業	61.9	32.7	28.6	29.3	20.4	22.4	9.5	19.0	11.6	13.6	8.8	11.6	11.6	2.0	8.8

4 組合加入のメリット (上位10項目)



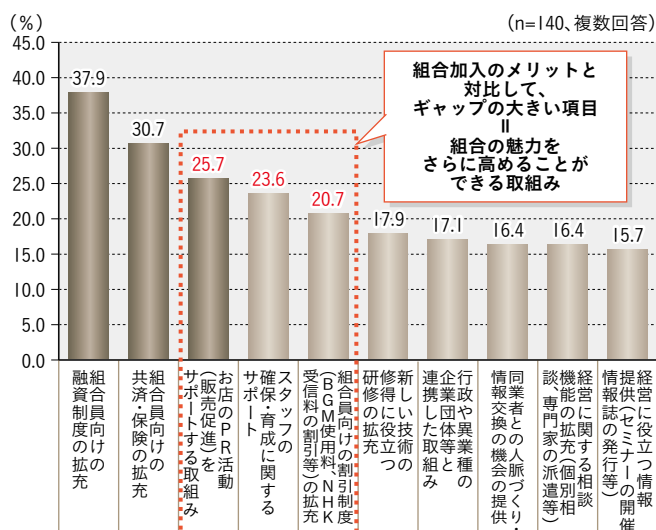
※上位10項目からは、「特になし」を除いている。

若手組合員に対して、組合加入のメリットについて尋ねたところ、「組合員向けの融資制度が利用できる」との回答が56.4%と最も多く、次いで、「組合員向けの共済・保険を利用できる」41.4%、「同業者との人脈づくり・情報交換ができる」37.1%となりました。融資における利率の低減や保険料の割引など、目に見えるメリットに加えて、同業者とのネットワークが形成できることなども、組合加入のメリットとして感じている若手組合員が多いことが分かります。

(単位: %)

組合員向け	融資制度が利用できる	共済・保険を利用できる	情報交換ができる	同業者との人脈づくり	経営に役立つ情報収集ができる	経営に役立つ研修が受けられる	組合が開催するイベントに参加できる	経営に関する相談ができる	企業・団体等と連携・交流ができる	行政や異業種のネットワークが形成できることなども、組合加入のメリットとして感じている若手組合員が多いことが分かります。	スタッフの確保・育成に関するサポートが受けられる
全体	56.4	41.4	37.1	15.0	12.1	7.9	7.1	7.1	7.1	5.0	2.9
飲食業	51.5	34.8	31.8	10.6	4.5	9.1	7.6	12.1	7.6	7.6	0.0
理・美容業	60.0	48.6	41.4	20.0	20.0	5.7	7.1	2.9	1.4	5.7	5.7

5 生衛組合に今後期待する取組み (上位10項目)



※上位10項目からは、「特になし」を除いている。

若手組合員に対して、生衛組合に今後期待する取組みを尋ねたところ、「組合員向けの融資制度の拡充」との回答が37.9%と最も多く、次いで、「組合員向けの共済・保険の拡充」30.7%、「お店のPR活動(販売促進)をサポートする取組み」25.7%となりました。また、前述の『組合加入のメリット』では、「組合のホームページや発行する冊子等でお店のPRができる」(9位/5.0%)、「スタッフの確保・育成に関するサポートが受けられる」(10位/2.9%)、「組合員向けの割引制度(BGM使用料、NHK受信料の割引等)の拡充」(ランク外/2.8%)との回答は少数でしたが、『今後期待する取組み』では同様の内容の項目が上位となっており(左記グラフ参照)、これらの取組みに対する若手組合員の期待が伺えます。このような取組みを行うことで、組合の魅力をさらに高めることもできるのではないのでしょうか。

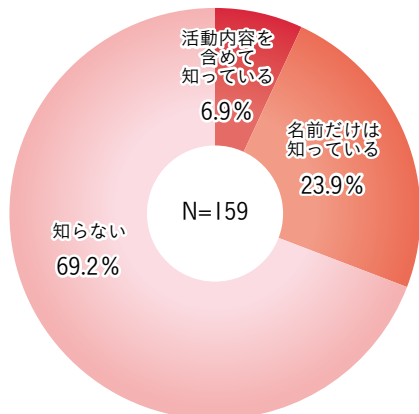
(単位: %)

今後期待する取組み	融資制度の拡充	共済・保険の拡充	情報交換の取組み	同業者との人脈づくり	経営に役立つ情報収集の取組み	経営に役立つ研修の取組み	企業・団体等との連携した取組み	行政や異業種のネットワークの提供	同業者との人脈づくり	経営に関する相談の取組み	経営に役立つ情報提供
全体	37.9	30.7	25.7	23.6	20.7	17.9	17.1	16.4	16.4	15.7	15.7
飲食業	33.3	27.3	31.8	22.7	18.2	13.6	16.7	16.7	16.7	16.7	13.6
理・美容業	40.0	32.9	18.6	25.7	20.0	22.9	15.7	15.7	15.7	15.7	18.6

組合未加入者の声

7 生衛組合の認知

生衛組合に加入していない若手経営者（以下、「組合未加入者」）に対して、生衛組合を知っているか尋ねたところ、「活動内容を含めて知っている」との回答は6.9%に留まり、「名前だけは知っている」23.9%、「知らない」69.2%という結果となりました。



8 生衛組合に加入しない理由

組合未加入者から回答（自由記述）いただいた、生衛組合に加入しない理由をご紹介します。

生衛組合がどのようなものか知らないため、組合加入を勧められても判断できない。

以前、組合加入を検討したが、加入方法が分からなかった。

生衛組合について、名前だけは知っているものの、活動内容等を知らない。また、入るきっかけがない。

組合活動への参加で休みを潰したくない。

生衛組合とは別の地域コミュニティがあり、そちらの方が活動を活発に行っているため、生衛組合に加入する必要性を感じない。

本アンケートを通じて、若手経営者の経営課題や支援ニーズに加え、若手組合員や組合未加入者の生の声もご紹介しました。こうしたアンケート結果や若手の声が、今後の組合活動の参考となれば幸いです。

最後に、本アンケートにご回答いただいた若手経営者の皆様、お忙しいところ、ご協力ありがとうございました。

6 組合に加入して良かったこと・組合に対する意見・要望

若手組合員から回答（自由記述）いただいた、組合に加入して良かったことや、組合に対する意見・要望をご紹介します。

組合員向けの保険に加入したことで保険料を削減できた。また、組合の集まりなどで、同業者と情報交換できるので、新しい取組みを行う上でのヒントとなっている。

開業時、分からないことばかりで不安だったが、生衛組合から色々とサポートしてもらえ、本当に助かった。今でも、経営に関する様々なことを、気軽に相談できるので助かっている。

地域行事やイベントに参加できること、様々な情報が早く入ってくること、ほかの組合員がお店を使ってくれることなどが加入メリットだと感じている。

以前、施術中にお客様の服を汚してしまったことがあったが、組合の保険で対応でき、助かった。

生衛組合を通して、学校求人が出せるので、スタッフの確保に役立っている。

移住して誰も知り合いがいない中、生衛組合の方が優しく丁寧に接してくれたのを今でも恩に感じている。現在も気に掛けてもらっており、加入して良かったと思っている。

加入以来、生衛組合から案内等が届いたことがなく、組合活動の様子がよく分からない。定期的に情報発信を行ってほしい。

新しい取組みも少なく、昔からのやり方・考え方が多いように感じる。若手や新規加入者が少し意見しにくいと感じることがあり、もっと若手が積極的に活動できる環境に変わってほしい。

組合取組事例



静岡県料理業生活衛生同業組合熱海支部、静岡県社交飲食業生活衛生同業組合熱海支部、静岡県飲食業生活衛生同業組合熱海支部の3組合は、熱海市の特産品である柑橘系のフルーツ「だいたい」を使った「あたみだいたいサワー」を共同開発し、組合員の店舗や市内のイベントなどで販売しています。商品開発に取り組んだ経緯やその効果などについてお伺いしました。

3組合で連携して「あたみだいたいサワー」を開発した経緯を教えてください

熱海市では、数年前から市役所、生衛組合、商工会議所などが一体となり、「オール熱海」で観光客の誘致活動に取り組んできました。そうした結果、若い女性や海外の方など、多くのお客様に熱海へお越しいただいています。料理・社交・飲食の3組合は、観光振興のイベントや地域のお祭りなどで

顔を合わせることが多く、これまでも連携する機会がありました。そんな3組合で地元・熱海をさらに盛り上げられないかと考えたことが今回の取組みを始めたきっかけです。

また、取組みを企画するにあたり、組合員等から「熱海でしか飲めないご当地ドリンクを提供すれば、観光客から喜ばれるのではないか」という意見が数多く寄せられたこともあり、ご当地サワーを共同開発することとなりました。

“だいたい”を使用した経緯や開発の道のりを教えてください

“だいたい”は、熱海で昔から生産されており、主に正月飾りとして出荷されています。ただ、全国有数の産地（全国2位）であるにも関わらず、食用としては活用が進んでいないため、その実の多くは収穫すらずに放置されていると聞き、今回の取組みを地域の特産品の有効活用や認知度向上にもつなげられればと考え、“だいたい”を使用することにしました。

商品化に向けては、まず支部長を中心に3組合から数名ずつ集めたプロジェクトチームを立ち上げ、ジン、ラム、



イベントやお祭りでも大人気！

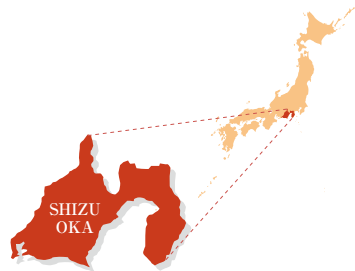
ウォッカ、ウイスキー、焼酎など、様々なお酒で試作・試飲を行いました。その結果、ホワイトリカー（甲種焼酎）が「だいたい」に一番合っているという結論に至り、社交組合を中心に公式レシピを作成しました。

完成した「あたみだいたいサワー」は、スッキリとした清涼感とほのかな苦み特徴で、飲みやすく、特に女性

料理組合 × 社交組合 × 飲食組合

地元の特産品“だいたい”を活用した「あたみだいたいサワー」を3組合で共同開発

静岡県料理業生活衛生同業組合 熱海支部（熱海料飲連合会）
 静岡県社交飲食業生活衛生同業組合 熱海支部
 静岡県飲食業生活衛生同業組合 熱海支部



のファンが多いです。

工夫した点やPR活動について 教えてください

「あたみだいだいサワー」をブランド化するため、開発後に商標登録を行いました。

また、「だいだい」はジュース(果汁)にして使用するため、組合が加工業者の選定を行い、組合を通して、取扱店に流通する形をとっています。

PR活動については、のぼりやステッカー等の販促グッズの作成に加え、「オール熱海」で盛り上げていく



新作づくりに取り組む社交組合の中村支部長



ため、市役所を訪ね、市にバックアップを依頼しました。そうしたところ、熱海市長から快諾をいただき、熱海の新名物として、市からも応援してもらえることになりました。そのときの様子が新聞掲載され、今回の取組みを広く周知することもでき、販売開始に向けて弾みがつきました。

今回の取組みを通じて、どのような効果・反響がありましたか

お飲みになられたお客様からの評判は上々で、「リピートされるお客様が多い」との話を組合員からよく聞か

す。取扱店は、2018年12月の販売開始時点では20店舗でしたが、現在、57店舗まで増加しています。

当初、取扱店は組合員の店舗のみを想定していましたが、市内の旅館・ホテルやJR東日本などからも取扱いの希望があり、今では市内の旅館・ホテルの一部とリゾート列車の車内でも販売(期間限定)されています。

また、組合に加入していない店舗からの問い合わせも複数あり、そのなかには、組合加入につながったケースもありました。

来年の夏には、熱海市内の中心を流

れる糸川沿いに咲く、「ジャカランダ」と「ブルーゲンベリア」をイメージした新作のサワーを発表する予定です。その販売にあたっては、花のライトアップや遊歩道沿いでの販売などを企画しており、3組合はもちろん、市役所、商工会議所とも連携して準備を進めています。

これからも、「オール熱海」で地元を盛り上げていく中で、組合が存在感を発揮するとともに、組合員の店舗の振興に貢献できる取組みを続けられたらと考えています。

「あたみだいだいサワー」の 公式レシピ

(8oz(280cc)~10oz(350cc)タンブラー使用時)

- ・ホワイトリカー (甲種焼酎 25度) 30ml ~ 45ml
- ・だいだい絞り果汁 100% 30ml
- ・ソーダ水
- ・だいだいの1/8カット又はスライス

※上記のレシピを基本とし、店舗ごとにアレンジも可能としている。



理容組合 × 近畿大学

中年男性向けシャンプー 「Sigel(シゲル)飛鳥の香り」の 共同開発

奈良県理容生活衛生同業組合



奈良県理容生活衛生組合は、近畿大学と連携し、理容室の利用促進に向けた取組みを行っています。2019年3月には、中年男性向けシャンプー「Sigel(シゲル)飛鳥の香り」を共同開発し、組合員の店舗で販売しています。同大学との連携の経緯や取組みの効果などについてお伺いしました。

**近畿大学との連携が始まった
経緯を教えてください**

近畿大学とは8年前から連携しています。同大学の中谷常二教授が、理容組合の青年部長(当時)のお店の常連客だったことが縁で、就活生に向けて「業界別就活ヘア」を共同で発表し、それが連携の始まりです。

同大学との連携は、理容師以外の目線で意見・助言をいただけるので大変有意義だと感じています。また、大学側も学生に実践的な学びの場を提供できるなど、お互いにとってメリットがあり、現在でも連携を深めています。



**「Sigel(シゲル)飛鳥の香り」
を開発した経緯を教えてください**

当組合の組合員は、一人でお店を切り盛りしている方も多く、経営者の高齢化とともに売上が減少し、やがて廃業してしまうというケースも少なくありません。

そこで、カット・パーマ等の技術料以外に収入の柱となる店売商品を組合で提供できないかと考え、今回の取組みを始めました。

商品の企画にあたっては、青年部が中心となりプロジェクトチームを結成し、理容室の主要な顧客層である「中年男性」を対象とした、組合ブランド

「Sigel(シゲル)飛鳥の香り」 の概要

- 発売日：2019年3月5日
- 価格：2,000円(税抜)
- 内容量：300ml

<製品の特徴>

- ・3種類のアミノ酸を配合し、「頭皮と髪への優しさ」と「高い洗浄力」を実現
- ・甘草エキス、たけのこ皮エキス、擬似ミノキシジルの「トリプル育毛効果」
- ・緑茶カテキン、カキタンニンの「ダブル消臭効果」
- ・女子大生へのアンケート結果を反映した、雅やかで爽やかな香り

のシャンプーを作ることに決めました。開発に着手する前に、組合員の店舗のお客様に対してアンケートを行い、髪と頭皮の悩みを調査したところ、中年男性の髪と頭皮の悩みは、「におい・薄毛・脂っぽさ」の3つが多いと分かりました。

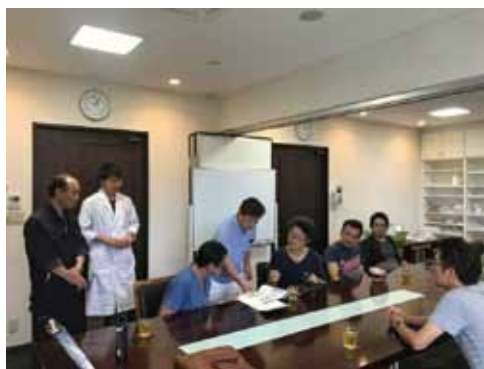
その3つの悩みの解決に加え、より多くの方にシャンプーを手にしていただくため、中谷教授とそのゼミ生も交え、様々な視点から意見を出していただき、検討を重ねました。その結果、「加齢臭を除去し、女性から好感を持たれるシャンプー」をコンセプトに開発を進めることとなりました。

**開発において苦勞した点や
商品の特徴を教えてください。**

開発で一番苦勞した点は、「女性から好感を持たれる」香りの調合です。どのような香りが女性に好感を持ってもらいやすいのかを具体的に知るため、中谷教授のゼミ生に協力してもらい、大学のキャンパス内で香りのサン



右：学生を交えた検討会
左：プロジェクトチームでの検討会



プル調査を実施しました。女子大生111人の回答で評価の高かった香りベースに試作を重ね、ようやく納得いくものが完成しました。

詳しい調査は非公開としていますが、「雅やかで爽やかな」その香りは開発に参加した女子学生からも好評で、学生からのアイデアを採用して「飛

鳥の香り」と表現することとしました。また、3種類のアミノ酸を配合し、高い洗浄力とともに髪と頭皮に優しい心地を実現。加えて、育毛効果のある成分などを複数配合し、髪のプロである理容師として、自信を持ってお勧めできるシャンプーが出来上がりました。

販売時には頭皮環境の改善につながるシャンプー方法を掲載したリーフレットも配布している

**販売促進において
工夫した点を教えてください。**

今回の取組みでは、開発段階からアンケートや試作品のモニター調査に協力してもらおう形で、お客様を巻き込みながら開発を進めました。そして、それが最も販売促進につながったと感じています。

アンケート等に協力してくれたお客様が商品に興味を持ち、販売前にご予約いただくことも多くあり、初期製造分(1000本)は発売日とほぼ同時に売り切れました。

また、実際にシャンプーを試されたお客様からは「爽やかな香りが良い」、「今までにない洗い上がりで髪にボリュームが出た」との声をいただくなど好評で、リピーターも多くいらっしゃいます。

**今回の取組みを通じて、
どのような反響・効果が
ありましたか**

発売日に合わせて、近畿大学と合同でプレスリリースを実施したところ、多くのマスコミが取材に訪れ、テレビ等で大きく取り上げていただきました。その放送を見たお客様から「組合と近畿大学で作ったシャンプーはどこで買えるの?」と、組合事務所にお問い合わせが殺到し、取扱いを希望する店舗も半年余りで20店舗から50店舗に増加するなど、予想以上の反響がありました。

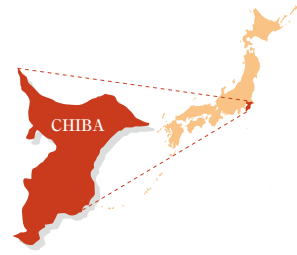
また、今回の取組みを通じて、組合活動への参加率が高まり、組合の活性化にもつながったと感じています。これからも、組合がパイ役となり他団体と連携するなどして、組合活動の魅力さをさらに高めていけたらと考えています。



旅館ホテル組合 × 老舗蔵元

組合員の“おもてなし”をサポート 組合オリジナルブランドの日本酒 「魚好(さかなずき)」を開発

千葉県旅館ホテル生活衛生同業組合



特別純米 「魚好(さかなずき)」の概要

- 内容量：300ml
- 原材料：千葉県産のブランド米「ふさこがね」、100%使用、米麴（国産米）
- 精米歩合：60%
- アルコール分：15度
- 日本酒度：+1

<PRポイント>

- ・ 中口～辛口のすっきりとした軽やかな飲み口なのに味わい豊か
- ・ 飲み飽きず、食中酒にぴったり
- ・ 冷や、がオススメ

※「魚好」を取り扱っているお宿は、URLまたは2次元バーコードから確認いただけます。

(<https://www.yado.or.jp/jp/sakanazuki-hotels-and-inn>)



千葉県旅館ホテル生活衛生組合は、地元の老舗蔵元・鍋店株式会社と協力して、組合オリジナルブランドの日本酒を開発し、組合員のお宿で提供しています。商品開発に取り組んだ経緯やその効果などについてお伺いしました。

「魚好」を開発した経緯を 教えてください

2020年の東京オリンピック・パラリンピックでは、一部の競技が千葉県の会場で開催されるなど、国内外を問わず、多くの方が千葉県にお越しになることが見込まれています。

世界中の注目が集まるこの機会に、千葉県ならではの“おもてなし”で、「千葉のお宿」の良さをPRしたいと考え、たことが取組みを始めたきっかけです。

また、酒どころというイメージはあまりないかもしれませんが、米の生産が盛んな千葉県には多くの造り酒屋があり、お酒は宿泊客への“おもてなし”には欠かせないサービスのひとつとなっています。加えて、「SAKE」として国際的にも人気が高まっていることなどから、組合独自で「made in 千葉」のお酒を作ってはどうかとの意見が集まり、組合オリジナルブランドの日本酒の開発を決めました。

開発までの道のりや「魚好」の 特徴などを教えてください

開発に向けては、まず組合内でSAKE委員会を結成し、商品コンセプトから考えました。外部の専門家（ソムリエ等の資格を持つ中小企業診断士）の協力も得ながら検討を重ねた結果、

海に囲まれた千葉県自慢の海の幸を、さらに美味しく召し上がっていただくため、「千葉のお宿が厳選した、千葉の鮮魚に合う地酒」をコンセプトに開発を進めることになりました。

また、協力を依頼する蔵元の選定にあたっては、県内各地の蔵元で製造された日本酒を集め、委員会のメンバーや組合員のお宿の女将による試飲会を実施。そこで「魚の味を引き立てる」と評価の高かった、成田市の老舗蔵元・鍋店株式会社に協力を依頼することに決められました。鍋店の大塚社長には、今回の取組みの趣旨をご理解いただき、全面的に協力していただくことができました。

当初、組合では、千葉県産米を原料とすることなど、こだわりを持って開発を進めていましたが、お酒の製造

に係るノウハウが乏しく苦戦してしま
した。しかし、大塚社長から千葉県産
米「ふさこがね」100%のお酒を組
み合わせる製法をご提案いただくなど
コンセプトに合ったお酒を作るための



ホテル洲の崎風の抄
女将

いろいろ料理の宿
喜多山旅館若女将

燦美の宿
旅館かわな女将

亀山温泉ホテル
若旦那

アドバイスをいただけたことで、この
世に一つだけの、組合オリジナルブラ
ントの日本酒を作ることができました。
完成した「魚好」は、低温発酵方式
でじっくりと仕上げているため、雑味
がなくスッキリとして
いながら、ほのかな吟
醸香が楽しめます。も
ちろん魚料理（特に鮮
魚）との相性は抜群。
お宿での夕食がさらに
魅力的になる自信作が
出来上がりました。ま
た、飲みやすいので、
日本酒に馴染みのない
海外の方や女性におお
すすめです。

上：地元テレビ局の番組で「魚好」をPR
下：組合で作成したポスターは全7種類（以下は一例）



販売に関して工夫した点を 教えてください

完成したお酒を多くの方に召し上
がっていただくため、商品のネーミン
グにもこだわりました。組合内で公募
を行い、そこで集まった候補を委員
会で吟味し、商品コンセプトが伝わり
やすく、商標権の登録が可能だった
「魚好」を採用することに決めまし
た（2019年4月商標登録）。

また、「魚好」の良さをお客様に広
くお伝えするため、ポスターや卓上
ディスプレイなどの販売促進グッズを
作成。加えて、小売店での販売は行わ
ず、組合員のお宿のみ提供すること
で、お宿ごとに適した価格で販売でき
るよう工夫しました。

で、取扱いを希望するお宿は増加して
います（2019年8月現在で30施
設）。

また、プレスリリースや観光イベン
トへの参加など、組合を挙げてPR活
動を行った結果、日経新聞や地元テレ
ビ局などの多数のメディアに取り上げ
ていただきました。そのことが「魚好」
のPRだけではなく、千葉のお宿の魅
力を発信する機会にもなりました。

今回の取組みは、オリンピック・パ
ラリンピックに向けた「おもてなし」
の準備とともに、千葉のお宿の魅力を
高めることにもつながったと感じてい
ます。これからも、組合員のお宿の振
興に貢献できる取組みを実施してい
きたいと考えています。

台風の影響について

台風15号、19号の影響により千葉県は大きな被害を受け
ましたが、県内のほとんどのお宿は、通常どおりご旅行を
楽しんでいただける状態に回復しておりますので、ぜひ千
葉県へ遊びにきてください。
皆様のお越しを心よりお待ち
しております。

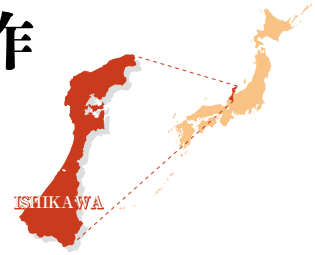
今回の取組み
を通じて、どの
ような反響・
効果がありま
したか
このような販売
に関するサポ
ート
や工夫、そして商
品自体の良さが組
合員からも好評



浴場組合 × 金沢星稜大学

「銭湯ガールズ」が 金沢市内の銭湯を紹介！ 「金沢銭湯GUIDE」を共同制作

石川県公衆浴場業生活衛生同業組合 金沢支部



石川県公衆浴場業生活衛生同業組合金沢支部は、地元金沢星稜大学と連携し、金沢市内の銭湯を紹介する「PR動画」や「金沢銭湯GUIDE」を共同で制作しています。同大学との連携の経緯や取組みの効果などについてお伺いしました。

金沢星稜大学と連携を始めた経緯を教えてください

連携を始めたのは、平成30年6月からで、そのきっかけは、当組合で実施している「かなざわおふる旅スタンプラリー」でした。

これは、金沢市内にある全20の組合員銭湯が対象となったスタンプラリーで、全ての銭湯のスタンプを集めると、「かなざわおふる旅マイスター認定証」と記念品をプレゼントするという企画で、平成29年10月から実施しています。

このスタンプラリーを達成した方の中に、たまたま金沢星稜大学の職員の方がおり、各銭湯の写真やコメントを一覧にしたものを丁寧な組合に送ってきていただけました。その出来栄が素晴らしかったので、組合のSNSで紹介したいと連絡を取らせていただいた

たところ快く応じてもらえ、さらに、銭湯好きな別の職員も紹介していただけになりました。連絡を取り合う中で、「銭湯文化の継承と発展」という組合の目標に共感いただき、同大学と連携を始めることになりました。

金沢星稜大学と連携した取組みを教えてください

連携の第一歩は、金沢市内にある全銭湯のPR動画制作でした。この動画は、若者や女性に銭湯の魅力を伝えるために制作し、各銭湯の外観や浴室などを、その特徴が書かれたテロップとともに紹介するというものです。また、動画をより多くの方に見ていただけるように、同大学の学生に出演してもらい、金沢の観光名所の紹介や学生向け



「金沢銭湯GUIDE」の概要

- ・「銭湯ガールズ」が各銭湯を地図と写真で紹介
- ・「銭湯早見表」（各銭湯のお風呂の種類等）を掲載
- ・「かなざわおふる旅スタンプラリー」カード付き
- ・金沢市内の大学、掲載されている各銭湯に配置しているほか、組合のホームページからもダウンロード可能
- ・A4サイズ、全8ページ



上：金沢市内の女子大学生で結成された「銭湯ガールズ」
下：「かなざわおふろ旅スタンプラリー」達成者の記念品

の入浴割引サービス(かなざわ学さば)などの案内も動画に盛り込みました。

完成した動画は、動画投稿サイトの「ユーチューブ」で公開し、メディア向けの発表会等を実施したことで、テレビや新聞などで取り上げられ、組合員の銭湯や組合活動の認知度向上に繋がったと感じています。

そして、今年の3月には、連携の第

2弾として、金沢市内の全銭湯を紹介するパンフレット「金沢銭湯GUIDE E」を制作しました。

「金沢銭湯GUIDE」の概要を教えてください

「金沢銭湯GUIDE」は、主に学生の銭湯利用を促進する目的で制作しており、学生の目に留まりやすいデザ

インで、学生限定の特典情報等を掲載し、金沢市内の大学などに配置しています。特に、金沢市内の女子大学生が各銭湯の紹介をしていることが特徴です。

パンフレットに掲載されている女子大学生11名は、石川県大学ダンス連盟「UNITED PARTY」に所属するメンバーで、この企画にあわせて

「銭湯ガールズ」を
結成し、出演いた
いでいます。

石川県大学ダンス連盟の協力を得られたのも、同大学の職員の方とのつながりがあったことで、若い方にも協力していただくと感じています。

また、この制作に協力していただいた「銭湯ガールズ」のメンバーからは、「銭湯は地域の方の触れ合いの場になっており、若い世代で盛り

上げていきたい」と、前向きなお話をいただいております。今後も様々な場面で連携させていただければと思っております。

「金沢銭湯GUIDE」制作によって、どのような反響がありましたか

若い方にも協力いただけたことで、メディアからの反響も大きく、組合活動のPRに繋がりました。また、このパンフレットには、「かなざわおふろ旅スタンプラリー」のスタンプカードも掲載しており、実際にスタンプラリーに参加する学生も増えてきています。

このように、同大学と連携した取り組みを行うことで、組合員の銭湯の利用が促進されるなど、様々な効果が生まれています。他の団体と連携させていただくことで、組合だけではなかなか思いつかない企画やアイデアが次々と生まれ、組合活動が活性化してきています。

今後も、他団体との連携を継続させていただき、金沢の銭湯文化の継承と発展に向け、取組んでいきたいと考えています。

組合員のみなさまを応援！

日本公庫の 「振興事業貸付」を 活用しよう！

日本公庫が取り扱う、生衛組合の組合員向け融資制度「振興事業貸付」の概要をご紹介します。



Q1 振興事業貸付はどのような融資制度ですか？

A 振興事業貸付の主な特徴は以下のとおりです。

- 振興計画の認定を受けている**生衛組合の組合員の方向けの融資制度**です。
- 一定の要件を満たす場合、生活衛生融資の一般貸付よりも、最大で1.2% 利率^(注)が低くなり、ご返済期間も長期でご利用いただけます。

(注) 1. お使いみち、ご返済期間、担保の有無などによって異なる利率が適用されます。
2. 利率は、日本公庫のホームページの金利情報【国民生活事業主要利率一覧表】からご覧いただけます。



Q2 どのような使いみちで、いくらまで利用できますか？

A **事業（お店の営業）で必要な設備資金や運転資金にご利用いただけます。**

<利用例>

飲食業	新店舗の出店資金（設備資金）
旅館業	旅館の増改築資金（設備資金）
美容業	従業員を新たに雇用するための資金（運転資金）

ご融資限度額は、業種によって異なります。
詳しくは下表をご覧ください。



業 種	ご融資限度額	
	設備資金	運転資金
飲食店営業、喫茶店営業、食肉販売業、食鳥肉販売業、冰雪販売業、理容業、美容業、一般公衆浴場業	1億5,000万円	全業種 5,700万円
旅館業、興行場営業	7億2,000万円	
クリーニング業	3億円	



Q3 お金を借りるとなると、返済が心配です。最長の返済期間は何年ですか？

A

資金のお使いみちが、お店の設備を購入するための「**設備資金**」の場合は**最長 20 年**。仕入資金や人件費の支払いなどに充てる「**運転資金**」の場合は**最長 7 年**です。(注)

<利用例>

お使いみち	新店舗の出店資金（設備資金）	月々の返済元金 約 8.5 万円
ご融資額	1,000 万円	※返済元金以外に毎月お利息のお支払が発生します。
ご返済期間	10 年（118 回払）	

(注) ご返済期間はお使いみちによって異なります。



Q4 利用したいときは、誰に相談すればいいですか？

A

ご加入されている生衛組合、もしくは、最寄りの日本公庫の支店へお気軽にご相談ください。

なお、お申込時に、振興計画の認定を受けている生衛組合の長(注1)が発行する「**振興事業に係る資金証明書**」等が必要になります。(注2)

(注1) 組合の長から委任を受けた支部長および理事を含みます。

(注2) 振興事業貸付を特別な利率でご利用いただいている方が、生衛組合を脱退された場合は、適用されている特別な利率を通常適用する利率に変更させていただくことがあります。



生衛組合が発行する以下の書類を、借入申込書等と一緒に日本公庫へ提出

- 振興事業に係る資金証明書
- (必要に応じて)「振興事業促進支援融資制度に係る事業計画書」等の写し

ご利用の
手続き



現在、生衛組合に加入されていない方も、融資のご相談を機に加入を検討されてはいかがでしょうか。



※ 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。

特集


生衛組合活性化

特集

きもの 洗い

クリーニング組合加盟店を
ご利用ください



 全国クリーニング生活衛生同業組合連合会

生活衛生だより 第195号 令和元年11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 <https://www.jfc.go.jp/>

・本誌掲載の記事、写真、イラストなどの無断転用・転載は断ります。