

# 生活衛生 だより

2021

11

No. 202

## コロナ禍でも前向き！ 生衛組合の取り組み 特集

### ■ 巻頭企画

組合員 1500 人アンケート

### ■ 組合取組事例

- ◆ 愛知県麺類食堂生活衛生同業組合
- ◆ 香川県中華料理生活衛生同業組合
- ◆ 滋賀県旅館ホテル生活衛生同業組合

# 組合員 1500 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、組合）の活動について特集しています。  
今回は、組合員の方を対象にアンケート調査を実施し、コロナ禍での支援ニーズ、組合に拡充・拡大を期待する取り組みなどをお伺いしましたのでご紹介します。

## アンケート概要

### ○方法

郵送調査（無記名）

### ○実施時期

2021 年 7 月 28 日～8 月 31 日

### ○対象

組合員（5,000 企業）

※日本公庫（国民生活事業）の取引先であって、振興事業貸付の取引残高を有する先

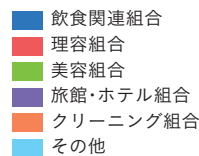
### ○有効回答数

1,597 企業（回答率 31.9%）

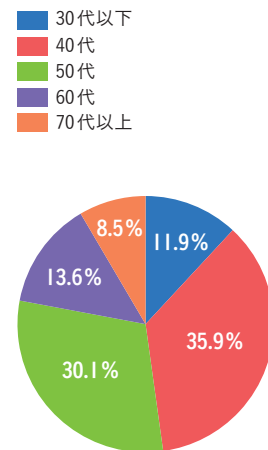
### ○留意事項

比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

### ○業種別の回答企業の構成



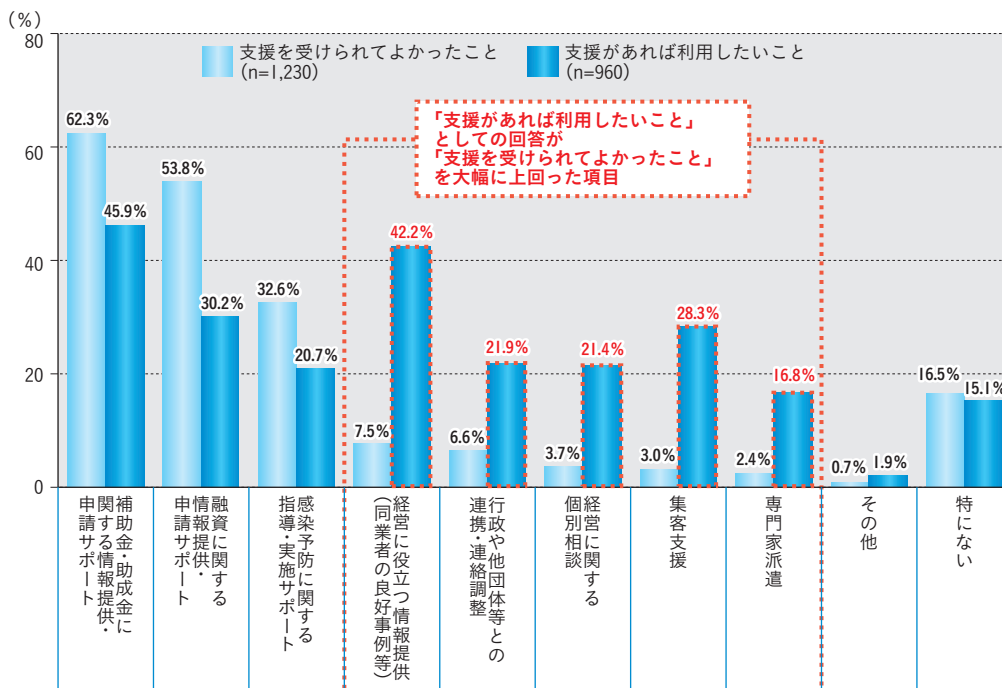
### ○経営者年代別の回答企業の構成



※ 回答割合は小数第 2 位を四捨五入して表記しているため、合計が 100 にならない場合がある。

## 1 コロナ禍での支援ニーズ

Q. コロナ禍において、外部団体（組合、指導センター、商工会・商工会議所等）から  
①支援を受けられてよかったこと、②支援があれば利用したいことについて、お答えください。（複数回答）



○ コロナ禍において、外部団体から「支援を受けられてよかったこと」と「支援があれば利用したいこと」を尋ねたところ、その両方で『補助金・助成金に関する情報提供・申請サポート』との回答が最も多くなりました。

○ 『経営に役立つ情報提供』『集客支援』等の項目（赤点線内）においては、「支援を受けられてよかったこと」としての回答割合を、「支援があれば利用したいこと」としての回答割合が大幅に上回る結果となりました。



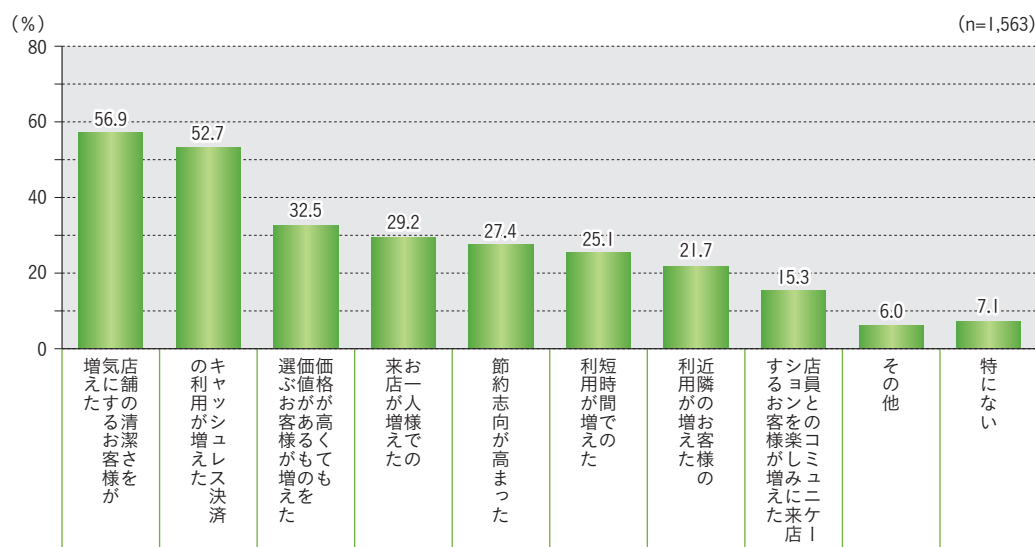
(単位：%)

	(n数)		補助金・助成金 に関する 申請サポート 情報提供	融資に関する 申請サポート 情報提供	感染予防に 関する指導・ 実施サポート	経営に役立つ 情報提供 (同業者の 良好事例等)	行政や他団体 等との連携・ 連絡調整	経営に関する 個別相談	集客支援	専門家派遣	その他	特にな い	
全 体	1,230	よかったこと	62.3	53.8	32.6	7.5	6.6	3.7	3.0	2.4	0.7	16.5	
	960	利用したいこと	45.9	30.2	20.7	42.2	21.9	21.4	28.3	16.8	1.9	15.1	
加 入 組 合	飲食関連	668	よかったこと	62.9	54.8	28.0	5.7	6.1	3.6	2.7	2.4	0.6	17.4
		528	利用したいこと	45.5	31.3	22.0	43.8	24.4	23.1	30.1	18.4	1.7	14.2
	理 容	124	よかったこと	54.8	47.6	41.1	3.2	6.5	2.4	1.6	1.6	1.6	15.3
		107	利用したいこと	49.5	38.3	29.0	48.6	19.6	17.8	26.2	16.8	3.7	15.0
	美 容	168	よかったこと	56.0	49.4	33.3	4.8	2.4	3.0	0.6	1.2	0.6	20.8
		146	利用したいこと	44.5	26.0	15.8	37.0	15.8	21.2	26.7	13.0	2.1	19.2
	旅館・ホテル	146	よかったこと	76.7	61.0	43.8	17.1	17.1	6.8	6.2	4.8	0.7	8.2
		87	利用したいこと	37.9	14.9	10.3	41.4	24.1	16.1	31.0	14.9	2.3	11.5
	クリーニング	77	よかったこと	49.4	53.2	40.3	16.9	2.6	1.3	3.9	1.3	0.0	19.5
		58	利用したいこと	53.4	31.0	12.1	34.5	15.5	15.5	19.0	13.8	0.0	15.5

※ 加入組合について無回答の企業があるため、加入組合別のn数の合計が全体のn数と一致していない(以下同じ)。

## 2 コロナ禍を契機とした消費者行動・顧客ニーズの変化

Q. コロナ禍を契機として、お客様の行動・ニーズにどのような変化が生じていると感じますか？(複数回答)



○ コロナ禍を契機に消費者行動・顧客ニーズにどのような変化が生じているかを尋ねたところ、『店舗の清潔さを気にするお客様が増えた』との回答が最も多く、次いで、『キャッシュレス決済の利用が増えた』『価格が高くてでも価値のあるものを選ぶお客様が増えた』の順となりました。

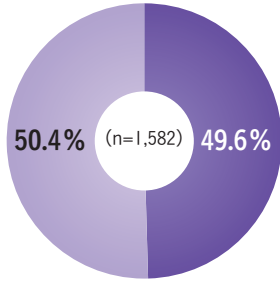
(単位：%)

	(n数)	店舗の清潔さを 気にする お客様が 増えた	キャッシュレス 決済の利用が 増えた	価格が高くてでも 価値があるもの を選ぶお客様が 増えた	お一人様での 来店が増えた	節約志向が 高まった	短時間での 利用が増えた	近隣のお客様 の利用が 増えた	店員とのコミュ ニケーションを 楽しむに来店 するお客様が 増えた	その他	特にな い	
全 体	1,583	56.9	52.7	32.5	29.2	27.4	25.1	21.7	15.3	6.0	7.1	
加 入 組 合	飲食関連	853	55.9	51.8	35.8	38.8	21.6	34.0	19.6	16.5	7.0	6.2
	理 容	175	64.6	52.0	35.4	12.0	26.9	12.6	21.7	18.3	6.3	6.3
	美 容	223	64.6	56.5	28.7	15.2	32.3	23.3	32.7	18.8	5.8	5.4
	旅館・ホテル	172	63.4	55.2	24.4	31.4	24.4	6.4	27.9	9.3	4.1	9.3
	クリーニング	101	21.8	45.5	22.8	4.0	66.3	5.9	7.9	5.0	4.0	16.8

### 3 コロナ禍を契機とした経営方針・店舗運営方法等の変更

Q. コロナ禍を契機として、お店の経営方針・店舗運営方法等に変更がございましたか？ (単一回答)

■ 経営方針・店舗運営方法等を変更した(あるいは変更予定)  
 ■ 経営方針・店舗運営方法等を変更していない

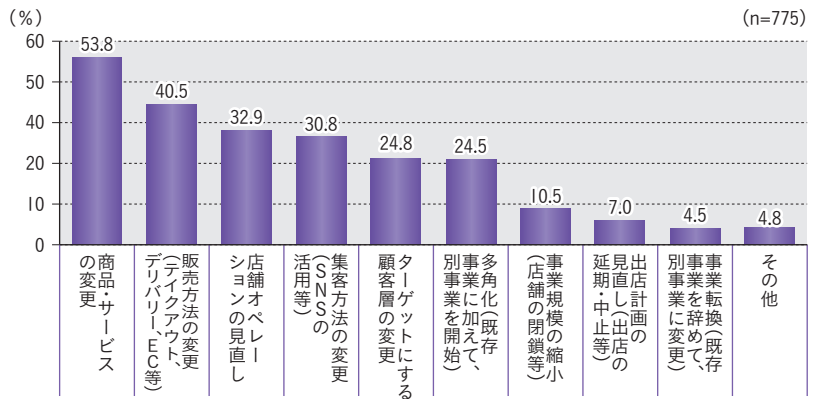


○ コロナ禍を契機に経営方針・店舗運営方法等を変更したかを尋ねたところ、約半数が『変更した(あるいは変更予定)』と回答しました。

○ その変更内容について尋ねると、『商品・サービスの変更』との回答が最も多く、次いで、『販売方法の変更』『店舗オペレーションの見直し』の順となりました。

○ 加入組合別では、飲食関連において『販売方法の変更』、旅館・ホテルにおいて『ターゲットにする顧客層の変更』との回答割合が全体よりも高くなっています。

Q. コロナ禍を契機に変更した経営方針・店舗運営方法等について、あてはまるものをすべてお答えください。(複数回答)



(単位: %)

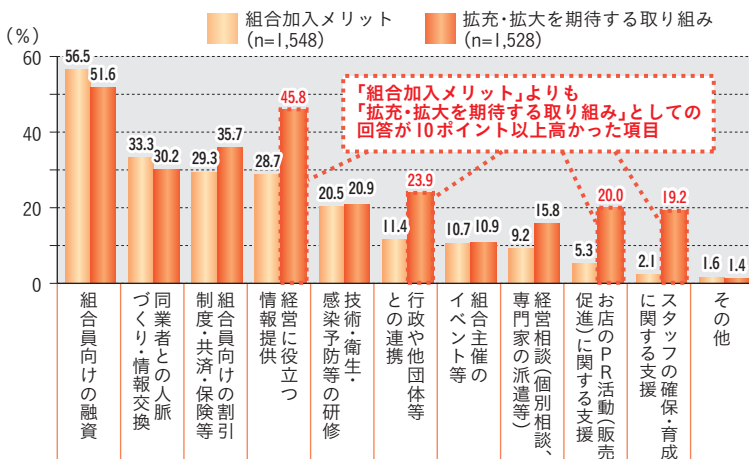
	(n 数)	経営方針・店舗運営方法等を変更した(あるいは変更予定)	経営方針・店舗運営方法等を変更していない
全体	1,582	49.6	50.4
加入組合			
飲食関連	852	52.9	47.1
理容	174	41.4	58.6
美容	222	44.1	55.9
旅館・ホテル	171	51.5	48.5
クリーニング	102	44.1	55.9

(単位: %)

	(n 数)	商品・サービスの変更	販売方法の変更(テイクアウト、デリバリー、EC等)	店舗オペレーションの見直し	集客方法の変更(SNSの活用等)	ターゲットにする顧客層の変更	多角化(既存事業に加えて、別事業を開始)	事業規模の縮小(店舗の閉鎖等)	出店計画の見直し(出店の延期・中止等)	事業転換(既存事業を辞めて、別事業に変更)	その他
全体	775	53.8	40.5	32.9	30.8	24.8	24.5	10.5	7.0	4.5	4.8
加入組合											
飲食関連	447	55.7	59.7	33.6	31.1	23.9	26.6	8.1	8.5	6.5	3.4
理容	71	52.1	4.2	28.2	31.0	15.5	14.1	2.8	2.8	1.4	12.7
美容	97	53.6	4.1	40.2	27.8	18.6	16.5	16.5	9.3	2.1	8.2
旅館・ホテル	85	58.8	25.9	32.9	34.1	41.2	24.7	3.5	1.2	1.2	0.0
クリーニング	45	33.3	13.3	15.6	24.4	28.9	28.9	44.4	6.7	2.2	8.9

### 4 コロナ禍で感じた組合加入メリットと拡充・拡大を期待する取り組み

Q. コロナ禍を契機として、①組合加入メリットだと感じること、組合に対して②拡充・拡大を期待する取り組みは何ですか？ (複数回答)



○ コロナ禍で改めて「組合加入メリットだと感じる」と、組合に対して「拡充・拡大を期待する取り組み」を尋ねたところ、その両方で『組合員向けの融資』との回答が最も多くなりました。

○ 『経営に役立つ情報提供』『行政や他団体等との連携』『お店のPR活動に関する支援』『スタッフの確保・育成に関する支援』の項目(赤点線囲みの棒グラフ)においては、「組合加入メリット」としての回答割合を、「拡充・拡大を期待する取り組み」としての回答割合が10ポイント以上上回りました。

このような取り組みを拡充・拡大することで、組合の魅力さをさらに高めることができるのではないのでしょうか。

(単位：%)

	(n数)		組合員向けの融資	同業者との人脈づくり・情報交換	組合員向けの割引制度・共済・保険等	経営に役立つ情報提供	技術・衛生・感染予防等の研修	行政や他団体等との連携	組合主催のイベント等	経営相談(個別派遣等)	お店のPR活動(販売促進)に関する支援	スタッフの確保・育成に関する支援	その他	
全 体	1,548	組合加入メリット	56.5	33.3	29.3	28.7	20.5	11.4	10.7	9.2	5.3	2.1	1.6	
	1,528	期待する取り組み	51.6	30.2	35.7	45.8	20.9	23.9	10.9	15.8	20.0	19.2	1.4	
加 入 組 合	飲食関連	832	組合加入メリット	53.4	27.3	26.8	26.8	12.6	9.6	7.8	9.4	5.9	1.7	2.0
		829	期待する取り組み	52.4	28.6	37.2	44.3	16.0	24.0	11.2	15.2	22.6	19.8	1.2
	理 容	173	組合加入メリット	59.5	45.7	43.9	22.5	44.5	12.1	20.2	5.8	3.5	4.0	1.2
		167	期待する取り組み	43.7	31.7	38.3	37.7	37.1	22.8	12.0	12.6	16.2	18.0	3.0
	美 容	219	組合加入メリット	58.4	26.0	36.5	16.9	24.2	7.8	11.0	8.2	1.8	3.2	1.4
		215	期待する取り組み	49.8	24.7	34.4	37.2	25.1	17.2	8.4	19.1	14.4	20.9	1.4
	旅館・ホテル	171	組合加入メリット	60.2	42.1	21.1	52.0	20.5	24.6	12.9	11.1	4.7	1.8	0.6
		164	期待する取り組み	56.7	35.4	33.5	62.2	19.5	27.4	11.0	16.5	14.6	17.1	1.8
	クリーニング	96	組合加入メリット	69.8	59.4	25.0	30.2	32.3	10.4	13.5	10.4	4.2	0.0	1.0
		95	期待する取り組み	60.0	43.2	26.3	50.5	28.4	29.5	11.6	18.9	24.2	11.6	0.0

## 5 組合に対する意見・要望

組合員の方から自由記述で回答いただいた意見・要望等をご紹介します。

飲 食	補助金等の情報をいち早く教えてもらったので大変助かった。提供してもらった情報を活かして、コロナ禍でも自分なりの最善の方法で店舗運営に臨むことができた。
社交飲食	コロナ禍で大変な状況だったが、組合を通じて、自分たちの声を行政に届けることができた。
理 容	消毒液が品薄のなか、組合から次亜塩素酸水を無償で提供してもらえて助かった。融資申込の際もサポートしてもらえてありがたかった。
美 容	コロナ禍のような緊急事態の時ほど人脈が必要だと痛感した。補助金や感染予防対策のことを組合に相談できて心強かった。
旅館・ホテル	補助金等の申請時、書類の書き方等を丁寧に教えてもらえて、とても助かった。
クリーニング	組合を通じて全国の同業者の方との人脈が築け、コロナ禍の店舗運営においてもプラスとなっている。組合員向けの融資もありがたい。
飲 食	組合員向けの融資や衛生講習など、必要な情報をいち早く提供してもらえて助かっている。ただ、情報が行き届いていない組合員の店舗もあるので、SNSやアプリなどを活用した、新しい方法での情報発信にも取り組んでほしい。
社交飲食	コロナ禍以降、スタッフの確保が大変難しくなっている。求人に関しても組合でサポートしてもらえるとありがたい。
理 容	将来を見据えて、ほかの組合(美容などの別業種の組合)との連携をもっと強化した方がいいと感じている。
美 容	コロナ禍において、組合には美容室の安全性のPRや職域接種などに、もっと取り組んで欲しかった。
旅館・ホテル	組合の集まりなどで地域の同業者と気軽に情報交換ができることがメリットだと感じているが、ほかの地域の情報や取り組み事例なども共有してもらえるとありがたい。
クリーニング	組合で共同仕入れを行い、材料の仕入単価を下げるなど、組合のスケールメリットを活かした取り組みを期待している。

ご紹介したアンケート結果や組合員の方の意見・要望等が今後の組合活動の参考となれば幸いです。お忙しい中、アンケートにご協力いただいた皆さま、本当にありがとうございました。



# 組合取組事例

## 地域に愛されて7年目！ コロナ禍でも盛況のきしころスタンプラリー

愛知県麺類食堂生活衛生同業組合

愛知県のソウルフードとして知られ、長い歴史を持つきしめん。つるつるとした食感と、薄いのに力強いコシのある麺。そして、ムロアジをベースにたまり醤油を合わせた濃厚なつゆが特長です。なかでも、冷たいつゆをかけたきしめんのことを「きしころ」と呼びます。きしめんの特長を一番感じることでできる食べ方です。そんなきしめんの魅力を広めるためにスタートした「きしころスタンプラリー」は今年で7年目を迎えます。スタンプラリーを始めた経緯や、取り組みの内容について、愛知県麺類食堂生活衛生同業組合の日比野副理事長にお話を伺いました。



### きしころスタンプラリーとは

参加店で食事をするごとにスタンプを1つ獲得。スタンプを5つ集めるごとに、参加店で使える500円分のお食事券がもらえる。また、すべての店舗をコンプリートしたら、追加で500円券3枚プレゼント。

【第7回開催日程】2021年7月1日～8月31日

【参加店舗】組合加盟店（名古屋市内・近郊の33店舗が参加）

「名古屋めし」として知られているきしめんですが、ほかの「名古屋めし」の人気に押され、一時期は観光客だけでなく地元民からも人気が低迷。2014年頃には、全国放送のテレビ番組でも「絶滅の危機に瀕している」と取り上げられてしまうほどでした。

このような状況に危機感を抱き、きしめんの人気を再興したいと考えたことが取り組みのきっかけです。



### 「きしころスタンプラリー」の取り組み

2015年に「きしころスタンプラリー」をスタートしました。それぞれの店舗の職人が丹精込めて打っているきしめんは、お店ごとに麺の幅や厚みが異なります。そのため、食べ比べることで味、食感の違いが楽しめるのが好評で、自然と第2回目の開催が決まりました。

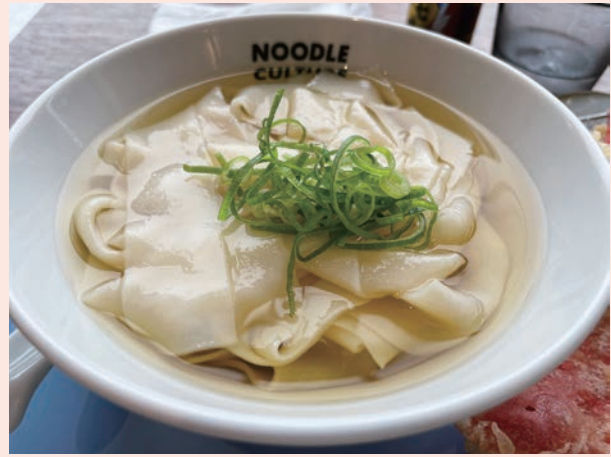
しかし、きしめんの人気を再興させるためには、「きしころスタンプラリー」が夏の風物詩になるくらいに定着しないと意味がないと考えています。毎年参加してくださる地域の方を飽きさせない工夫を、との思いから、参加店舗には「新しいメニューを出してほしい」と組合から声かけを実施。いまではスタンプラリー期間に合わせてオリジナルのきしころを提供するお店も出てきて、新メニューの食べ比べという新しい楽しみ方も生まれました。







角丸『気仙沼わかめおろしきしころ』



星が丘製麺所『きしめん』

回数を経るごとにイベントの知名度が高まり、さまざまなメディアにも取り上げられるようになりました。参加人数も右肩上がり順調だったのですが、2020年は愛知県も新型コロナウイルスの影響を大きく受け、開催が危ぶまれました。

しかしながら、地域のみならず「スタンプラリーが始まるのを楽しみにしている」とお声をいただき、最終的に開催を決定しました。参加店舗は組合加盟店なので、しっかり感染防止対策を取りながら営業を続けていることが確認できたのも開催を後押ししました。

蓋を開けてみれば、2020年、2021年もスタンプラリー参加人数は過去最高を更新。遠出が出来ないなか、近場でおいしいものを食べたいという需要が高まっていたことも大きかったのではないかと思います。参加した店舗からは、コロナ禍で売上の下支えになったと喜ばれました。



チトセ屋（東区）『白ころしめん』

取り組みを続けるなかで、きしめんのファンが徐々に増えていると感じています。

また、このスタンプラリーに参加したいと新たに組合に加入した店舗もありました。長い歴史を持つきしめんですが、今後も当たり前前の存在として身近にあり続けるように盛り上げていきたいです。



## 長く続けているうちに…こんな取り組みも！



スタンプラリーに参加した方のなかには、参加者の立場からスタンプラリーを盛り上げてくれる“きしころファン”も現れました。例えば、「#映えきし（ばえきし）」というタグを使って、いわゆる“インスタ映え”するきしころの写真をSNSに投稿してくれたり、スタンプラリーのマップを独自に作って公開してくれたり。組合からも最も“映える”写真を撮った方に「映えきし賞」を贈呈。参加者と一体でイベントを盛り上げていくことができます。



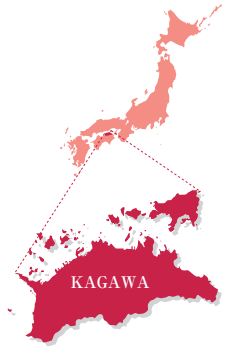


# 讃岐うどんの粉から餃子 新ご当地グルメ「讃岐餃子」できました



香川県中華料理生活衛生同業組合

香川県は温暖な気候のもと、ハマチやオリーブなどたくさんの海の幸、山の幸に恵まれています。そんな香川の食の魅力を広く発信するため、香川県中華料理生活衛生同業組合では新しいご当地グルメ「讃岐餃子」を開発しました。取り組みの経緯や工夫した点などについて、高照恵理事長にお話を伺いました。



うどんに使うと言いたんだから、餃子に使っても旨いに違いない。香川県産小麦粉「さぬきの夢」と地元産の食材をふんだんに使った、モチモチ食感の「讃岐餃子」ができました。

**各店 ORIGINAL**  
新開発アレンジ餃子  
独自の食感を  
食べ比べよう!

期間限定  
2020/11/1~2021/2/12  
かがわの食 Happyプロジェクト

香川県内18のお店で食べられます。  
※18店舗は別紙に掲載。掲載していない店舗はご了承ください。

## 「讃岐餃子」とは 「讃岐餃子」ガイドライン

- 下記1、2の条件のもと、各店舗がオリジナル商品を開発・提供
1. 皮にはうどん用に開発された小麦「さぬきの夢」を必ず使用する。
  2. 具材にはオリーブ豚や県産野菜など県の特産品を積極的に使用する。



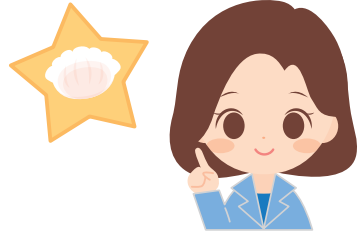
香川の「新ご当地グルメ」  
讃岐餃子とは

香川県産小麦粉がさぬきうどんのために開発した、もちもち食感のうどん用の香川県産小麦粉「さぬきの夢」を使用した皮と香川県産の肉や野菜をふんだんに使用して作った餃子。参加店舗がそれぞれの調理法やアレンジでさまざまな味わいの餃子をご用意しました。香川のご当地グルメ「讃岐餃子」をお楽しみください。

参加各店が趣向を凝らしたオリジナル餃子をご提供します。  
食材・食感にこだわった各店自慢の餃子をぜひ食べ比べてみてください!

※地図・営業時間・店舗の詳細はQRコードからご確認ください。

中国料理 青 山	ごだわラーメン あぶらや	日本料理 新	中国料理 永 華	本格中華 ニュー樂園	中国料理 羅 宮
中国料理 龍 宮	中国料理 龍 宮	中国料理 龍 宮	中国料理 龍 宮	中国料理 龍 宮	中国料理 龍 宮
中国料理 桃 花 苑	中国料理 桃 記	中国料理 北 京 本 館	China Ding Mei Welcomes	中華 よこはま亭	



香川県では、平成23年より「さぬきうまいもんプロジェクト（現：かがわの食 Happy プロジェクト）」として、県の特産品を多くの人に味わってもらい取り組みを推進しています。組合でも「さぬきまるごと中華ちまき」の開発に協力したことをきっかけに、5年前からプロジェクトに携わってきました。

そのなかで、讃岐うどんに負けない香川県のご当地グルメを中華料理から生み出し、香川の食と中華料理業界をもっと盛り上げられないかと考えたことが、今回の取り組みを始めたきっかけです。

また、メニューの企画・選定にあたっては「老若男女問わず人気」「オリジナル商品を開発しやすい」「県の特産品を使いやすい」といった観点から、中井和人副理事長の発案で餃子を採用することに決めました。



## 商品開発の工夫

香川といえば讃岐うどんです。香川県らしさをアピールするため、うどん用に県が開発した小麦「さぬきの夢」を餃子の皮に使用することを「讃岐餃子」の条件の一つとしました。それにより、もちもちの食感が生まれ、「讃岐餃子」の大きな特長になりました。

また、参加店で商品開発を行う前に、製粉会社の方などを講師に招いて小麦粉の基礎を学ぶ勉強会を開催しました。さらに、参加店舗それぞれが開発した商品の試食会も開催し、組合員同士で改善点を出し合うなど、みんなで切磋琢磨して、店舗ごとのオリジナル「讃岐餃子」のクオリティを高めていきました。その甲斐あって、実際に召し上がったお客様からは「皮のもちもち感が素晴らしい」「各店舗のオリジナル餃子の食べ比べが楽しい」など好評をいただいています。



## PRの工夫

「讃岐餃子」は、もともと「第53回全国中華料理業香川大会 in 高松」で発表する予定でしたが、コロナ禍の影響で大会が延期となり、発表の場を失ってしまいました。そこで、県の協力のもと、県庁で記者会見を行って県内外に広くPRする場を設けました。

会見にあたっては、多くのメディアに取り上げてもらえるよう、数店舗分の試食品を用意し、食べ比べをしてもらうなど工夫しました。その効果もあって、会見当日には多くの報道陣の方がお越しになり、NHKや地域のニュースなどで大きく取り上げていただきました。

また、3回「讃岐餃子」を注文すると抽選で食事券が当たるキャンペーン(2020年11月～2021年2月)も実施。コロナ禍にも関わらず想定以上の応募があり、参加店の集客支援に一定の効果がありました。



「讃岐餃子」の反響は大きく、参加店のほとんどの店舗で「讃岐餃子」がレギュラーメニューとして定着しました。また、この取り組みに参加したいと新たに4店舗が組合に加入しました。

今後は、全国展開も視野に入れ、イタリアン、和食など異なるジャンルの店舗も巻き込んだ、中華の枠にとらわれない「讃岐餃子」を展開していく予定です。



## 最新情報!



「讃岐餃子」キャンペーン  
第2弾を開催!  
期間: 2021年11月1日～  
2022年2月12日



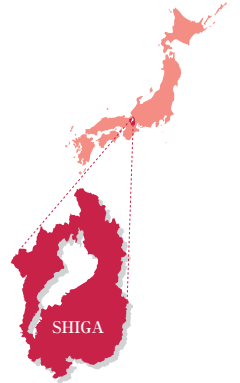
全国展開を見据えて  
商標登録



# 行政と連携し「今こそ滋賀を旅しよう！キャンペーン」を盛り上げ組合員を支援

## 滋賀県旅館ホテル生活衛生同業組合

滋賀県は琵琶湖や伊吹山などの豊かな自然に加え、彦根城をはじめとした名だたる武将ゆかりの史跡、天台宗総本山の比叡山延暦寺など魅力的な観光地で溢れています。しかし、新型コロナウイルスの影響により観光客は大幅に減少。県下の宿泊業も大変厳しい状況が続いています。この状況をなんとか乗り切するため、滋賀県旅館ホテル生活衛生同業組合が実施する組合員支援の取り組みについてお話を伺いました。



### 今こそ滋賀を旅しよう！キャンペーンとは



滋賀県民を対象にした、県内の宿泊施設にお得に泊まれるキャンペーン。利用者は事前に宿泊補助券を購入。対象宿泊施設の専用プランを予約・宿泊すると、宿泊料の割引や県内の飲食店等で利用できる5,000円相当の商品券『しが周遊クーポン』が提供される。好評につき、現在第4弾まで実施されている。身近な宿泊施設と滋賀県、それぞれの魅力を再発見してほしいという思いが込められている。



キャンペーンの説明会の様子

新型コロナウイルスの感染拡大が続くなか、組合員のために出来ることはないか、いち早く行動に移すため日々情報収集に努めました。そのなかで、県が宿泊施設を支援するためのキャンペーンを検討していることを知りました。当初はびわこビジターズビューロー（以前の滋賀県観光連盟）の会員の宿泊施設のみが対象ということで話が進んでいましたが、組合の働きかけにより、組合員の宿泊施設もキャンペーンの対象宿泊施設に加えていただくことができました。

また、キャンペーンを盛り上げるため、県の担当者とも相談しながら、組合が主体となって2つの取り組みを実施しました。



### 取り組みの内容



お揃いのオリジナル法被で会見をする様子

### 地域密着型のPR活動でキャンペーンを周知

まずは県民のみなさんにキャンペーンを知ってもらおうと、人通りの多い大津駅前ではキャンペーンチラシを配布。多くの人に受け取ってもらうため、不織布マスクと一緒に配りました。加えて組合員の施設を宣伝するために、近鉄百貨店草津店内のスペースを借り、パネル展示も行いました。

さらに第4弾の開始にあたっては、より多くの方にキャンペーンの魅力を届けるため県庁で記者会見を実施。その結果、5社の新聞や地元テレビ局などに大きく取り上げていただき、利用者の増加につながりました。



また、自社ホームページを持っていない組合員のため、その施設のキャンペーン参加が分かるよう、組合のホームページに情報を掲載するなど、組合員の施設がキャンペーンの恩恵をしっかりと享受できるように組合として全力でサポートしました。



## 組合員へアンケートを実施

第2弾のキャンペーン後、対象宿泊施設の組合員にアンケートを行い、参加して良かったこと、改善が必要なことなどを聞いて、課題や良好事例などを組合のなかで共有。次回以降のキャンペーンに活かすことが出来ました。また、アンケート結果をもとに県の担当者と意見交換会を行うことで、宿泊施設・利用者がともに使いやすいキャンペーンになるようブラッシュアップしていきました。

これら2つの組合の取り組みは、キャンペーンの魅力を高め、組合員の宿泊施設の売上増加に大きく貢献しました。参加した組合員からは「県外からの宿泊者が減少し、売上が落ちたなかで大変ありがたいキャンペーンだった」、「地元の方に当館の魅力を伝えることができた」などの声がありました。



近鉄百貨店草津店でのパネル展示にて組合員の施設を紹介

昨年は15の旅館・ホテルが新たに組合に加入しました。これは、組合員の施設がキャンペーンに参加出来るようになったこともそうですが、キャンペーンの効果がより大きなものとなるよう、組合員が一致団結して取り組んだ結果でもあると思います。



当組合では、組合ホームページを通じた情報発信にも力を入れています。工夫ポイントを4つご紹介します。

## 組合ホームページの工夫

### ポイント①

組合員の宿泊施設を紹介するページを施設ごとに作成。自社ホームページを持っていない組合員のWEB窓口。

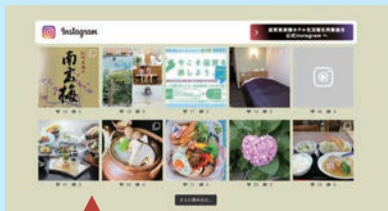


### ポイント②

インバウンド向けに、外国語対応が可能な施設一覧を作成。

### ポイント③

ハッシュタグ#滋賀旅館 #滋賀ホテルが入った投稿が表示されるように、ホームページをInstagramと連携。Instagramを利用している組合員は、#を付けて投稿するだけで手軽に施設等のPRができる。また、ホームページを訪れた人もリアルタイムな情報を得られる。



### ポイント④

組合加入メリットをホームページでも大きくアピール。





# 組合トピックス

2021年夏、東京オリンピック・パラリンピックが開催されました。時期を合わせて、東京を盛り上げた組合のニュースをピックアップ。

## トピックス①

東京都麺類協同組合・東京都麺類生活衛生同業組合と、東京都中華料理生活衛生同業組合は、2021年7月19日～9月5日に開催された日本の魅力を体験できるイベント「Tokyo Tokyo ALL JAPAN COLLECTION」（主催・東京都ほか）に協力し、期間限定で東京スポーツスクエアに出店しました。



【出店日 7月19日～7月25日】

東京都麺類協同組合・東京都麺類生活衛生同業組合

そば店「大江戸庵」を出店し、東京二八そばを提供しました。主なメニューは、「せいろそば」「天ぷらせいろ」「天丼」。



【出店日 7月26日～8月1日】

東京都中華料理生活衛生同業組合

「一日一食中華食」の合言葉と共に「町中華」のラーメンを提供しました。スタンダードなラーメンや唐揚げ、しゅうまいなどを販売。



## トピックス②

東京都公衆浴場業生活衛生同業組合は、日本独自の“銭湯文化”を世界に発信し東京を盛り上げるイベント「TOKYO SENTO Festival 2020」※にて実行委員会の主幹事を務めました。

【開催期間 2021年5月26日（ゴー風呂の日）～9月5日】

開催期間中、組合に加えている約500ヶ所の銭湯でスタンプラリーが開催されました。また、都内4ヶ所の銭湯では漫画家のヤマザキマリ氏をはじめとした様々なジャンルのアーティストによる作品展示が行われました。



左：古代バラネイオンの湯（ヤマザキマリ氏）＝八幡湯（男湯）  
右：古代バラネイオンの湯（ヤマザキマリ氏）＝八幡湯（女湯）



左：アール湯ロット（青木尊氏・星清美氏）＝萩の湯  
右：みいつけた！湯（大塚いちお氏）＝弁天湯

※ TOKYO SENTO Festival 2020：都などが実施する「Tokyo Tokyo FESTIVAL スペシャル 13」の企画のひとつ。



従業員を増やしたい!

お店を  
宣伝したい!

お店の設備を  
更新したい!

組合員のみなさまを  
応援しています!

経営の安定化に向けてご活用ください!

# 日本公庫の 生活衛生改善貸付

## 「生活衛生改善貸付」 とは?

- 従業員が5人（旅館業および興行場営業は20人）以下の生活衛生関係業者の方にご利用いただける無担保・無保証人の融資制度です。
- ご利用にあたっては、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ことが必要となります。

ご融資額	2,000万円以内
ご返済期間 (うち据置期間)	設備資金：10年以内 (2年以内) 運転資金：7年以内 (1年以内)
利率 (注)	特別利率F
担保・保証人	不要 (法人の代表者保証も不要)

(注) 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】からご確認いただけます。

ご相談は、生活衛生同業組合、生活衛生営業指導センターまたは日本公庫 国民生活事業の窓口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。

**JFC** 日本政策金融公庫  
国民生活事業

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。

(受付時間：平日9時～19時【国民生活事業】)



# 組合・指導センターと連携して 経営に役立つ情報提供に 取り組んでいます！

TOPICS

日本公庫では、生衛業の皆さまのコロナ禍での事業継続をサポートするべく、組合・指導センターと連携し、経営に役立つ情報提供に力を入れています。

## ① 「写真の撮り方ガイド 飲食店編」を無料配布



齊藤理事長（左）に冊子を手渡す秋田支店・北村支店長

日本公庫は、今年6月に「売上アップにつながる 写真の撮り方ガイド 飲食店編」を発行しました。

秋田支店・大館支店では、秋田県生活衛生営業指導センターに同冊子を630部寄贈し、指導センターを通じて県内の飲食店に広く配布しています。

指導センターの齊藤理事長からは、「飲食店はどこも厳しく、お金がかけられない状況が続いている。このような、お金をかけずに飲食店の集客力向上に繋がるアイデアをいただけることは大変ありがたいこと。すぐに、組合のみなさまなどに配布します」とのコメントをいただきました。

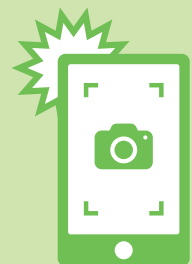
## 「写真の撮り方ガイド 飲食店編」



スマホですぐに実践できる、売上アップにつながる料理写真の撮影方法、工夫事例などを分かりやすく紹介した小冊子です。

おいしそうに見える料理写真の撮り方をプロカメラマンの監修のもと解説しており、SNSに投稿するときや、お店のメニュー写真を改善するときに役立つガイドブックです。

本冊子は無料で配布しています。ご希望の方は日本公庫の窓口まで、お問い合わせください。







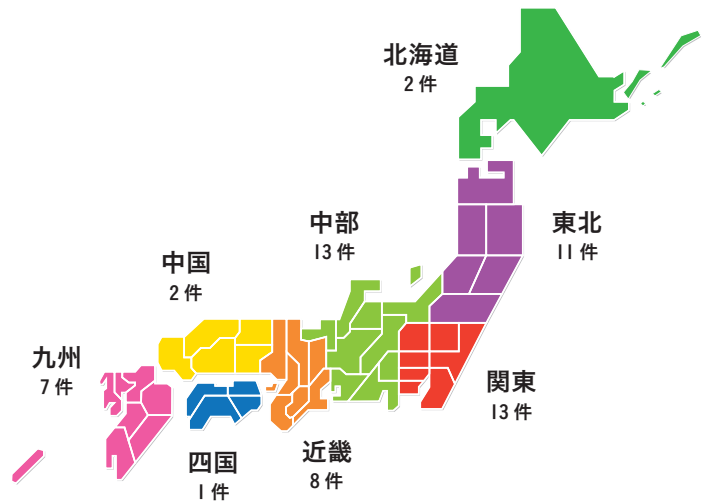
## ② 「経営課題解決セミナー」を全国で開催

日本公庫は、生衛業の皆さまの経営課題解決を支援するため、2016年度から全国各地で「経営課題解決セミナー」を開催しています。

コロナ禍での開催ニーズに対応するため、昨年度からはオンラインセミナーにも力を入れており、今年6月には、宮崎支店で「経営課題解決セミナー」としては初となる、対面とオンライン配信を組み合わせたハイブリッド形式のセミナーも開催しました。

宮崎支店のセミナーは、同県の飲食組合、社交飲食組合、すし商組合、指導センター等と連携して開催したもので、一般社団法人フードアカウンティング協会で相談員を務める遠山景子氏を講師に迎え、飲食店におけるコロナ対策の成功例や、経営力を強化していく方法について実例を交えながらご紹介しました。

2021年度セミナー開催予定件数(10月10日現在)



### 飲食店の with コロナの戦い方

参加費  
無料

定員  
30名

オンライン  
同時開催

**日時** 6/29 (火) 14:00~16:00

**会場** みやざきNPO・協働支援センター  
宮崎市錦町 1-10 宮崎グリーンスフィア香番館 (KITEN) 3F

**対象者** 飲食店を営む方や、飲食店の創業を考えている方におすすめの内容です。  
 感染予防対策をしっかりと行っているのにお客さまが戻らない・・・  
 テイクアウトも始めたけど、利益が出ない・・・  
 コロナ禍でも増客増収を図りたい!

**講師** 遠山 景子氏  
一般社団法人フードアカウンティング協会 相談員  
 <講師プロフィール>  
 「飲食店の現場が、無理なくできる範囲で最大限の収益を出す方法」を指導し、これに注力し、年間 300 件以上の飲食店の増客増収支援を実施。店舗の業種業態や立地特性に見合った個別立案に依り、数多くの成功実績を持つ。

**セミナー概要**

1. 基調講演 14:00~15:30  
コロナ禍で競争に打ち勝つ店舗強化の方法  
飲食店におけるコロナ対策の成功例
2. ご案内 15:30~15:40  
(1)宮崎県工芸館  
(2)宮崎県よろず支援拠点
3. 個別相談 15:40~16:00

主催：日本政策金融公庫 宮崎支店  
 共催：宮崎県飲食衛生生活衛生同業組合、宮崎県社交飲食衛生生活衛生同業組合、  
 宮崎県すし商生活衛生同業組合、宮崎県生活衛生営業指導センター、  
 宮崎県工芸館、宮崎県産業振興機構

日本政策金融公庫  
国民生活事業

このようなセミナーの開催を通じて、コロナ禍を乗り越えるためのヒントを生衛業の皆さまにお伝えできたらと思ひ企画しました。できることから取り入れて、経営に活かしていただければ、と思います。



日本公庫宮崎支店  
会田融資第二課長

### 受講した飲食店経営者の声



出来ていなかったことがたくさんあることに気づきました。早速、講義で学んだことを何項目か実践したいと思います。

新しいことにチャレンジする前に、基本に立ち返って取り組むことが大事だと思いました。





コロナ禍でも前向き！  
生衛組合の取り組み 特集

生活衛生だより 第202号（令和3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・転載はご断りください。

# 秋 の 日

クリーニングは組合加盟店へ



 全国クリーニング生活衛生同業組合連合会