

# 生活衛生同業組合等に関する意識調査報告書

2007年3月

(財) 全国生活衛生営業指導センター

# - 目 次 -

## 調査の概要

1	調査目的	1
2	調査件数及び調査方法等	1
3	調査内容	1
4	調査期間	2
5	調査結果の分析等	2

## 調査結果総論

1	生活衛生同業組合に対する意識	3
	(1) 組合員の生衛組合に対する意識	3
	(2) 非組合員の生衛組合に対する意識	4
	(3) 生衛組合の意識	6
2	都道府県生活衛生営業指導センターに対する意識	7
	(1) 組合員と非組合員の都道府県指導センターに対する意識	7
	(2) 生衛組合の都道府県指導センターに対する意識	8
3	現在の課題と今後の取組施策について	9
	(1) 生衛組合が現在行っている活動内容の再整理と組合員のニーズに対応した組合加入のメリットの再検討	9
	(2) 認知活動の強化	9
	(3) 非組合員との接点を増やす	11
	(4) 組合のメリット享受方法多様化への対応	12
	(5) 組合員、非組合員へのモニタリング機能の実施・強化	13

## 調査結果

1	営業者の生衛組合・都道府県指導センターに対する意識	15
1 - 1	業種別の状況	
	(1) 生活衛生同業組合について	17
	組合のことを知ったきっかけ	17
	組合加入の動機	20
	組合の必要性	22
	組合に加入して良かったと感じた事	23
	組合に加入して障害であると感じた事	26
	組合活動への参加状況	28
	参加している組合活動の内容	33
	現在の組合の活動等について	36

今後、組合に力を入れてもらいたい事業及び期待する事業	-----	39
営業上必要な情報等の入手方法	-----	43
組合についての意見、提案、要望	-----	47
( 2 ) 都道府県生活衛生営業指導センターについて	-----	55
都道府県指導センターの存在	-----	55
都道府県指導センターが実施している事業	-----	56
知っている事業内容	-----	57
都道府県指導センターとの接点の有無	-----	60
接点の内容(利用・参加したことがある事業等)	-----	61
都道府県指導センターについての意見、提案、要望	-----	64
1 - 2 組合加入年数別・性別等の状況		
( 1 ) 生活衛生同業組合について	-----	68
組合のことを知ったきっかけ	-----	68
組合加入の動機	-----	72
組合の必要性	-----	76
組合に加入して良かったと感じた事	-----	80
組合に加入して障害であると感じた事	-----	84
組合活動への参加状況	-----	88
参加している組合活動の内容	-----	92
現在の組合の活動等について	-----	99
今後、組合に力を入れてもらいたい事業及び期待する事業	-----	103
営業上必要な情報等の入手方法	-----	111
( 2 ) 都道府県生活衛生営業指導センターについて	-----	119
都道府県指導センターの存在	-----	119
都道府県指導センターが実施している事業	-----	123
知っている事業内容	-----	127
都道府県指導センターとの接点の有無	-----	131
接点の内容(利用・参加したことがある事業等)	-----	135
2 生衛組合の組合員・都道府県指導センターに対する意識	-----	139
( 1 ) 組合の抱えている課題等	-----	140
( 2 ) 組合活動等の現状	-----	143
( 3 ) 組合員に対して思うこと	-----	144
( 4 ) 組合に必要と思う(感じる)もの	-----	147
( 5 ) 組合事業等に関する指導センターとの関係	-----	150
( 6 ) 今後、組合はどうあるべきか	-----	151
( 7 ) 組合加入促進策について	-----	168
( 8 ) 組合からみて指導センターは今後どうあるべきか	-----	184
( 9 ) その他(自由意見)	-----	197

3	非組合員の生衛組合・都道府県指導センターに対する意識（訪問調査）	--204
(1)	生活衛生同業組合について	-----205
	生活衛生同業者組合認知度	-----205
	脱会時期と脱会理由	-----207
	脱会者の入会期間	-----208
	事業を行う上で必要な情報収集経路（脱会者）	-----209
	生活衛生同業者組合への勧誘の有無と勧誘経路	-----210
	生活衛生同業者組合への加入意向	-----211
	生活衛生同業者組合へのイメージ	-----212
	生活衛生同業者組合非加入の最大理由	-----213
	生活衛生同業者組合加入条件	-----214
	事業を行う上で必要な情報収集経路（全体）	-----216
(2)	都道府県生活衛生営業指導センターについて	-----217
	都道府県生活衛生指導センターの認知度	-----217
	都道府県生活衛生指導センターとの接点	-----219
4	非組合員の生衛組合・都道府県指導センターに関する意識（Web調査）	-220
(1)	生活衛生同業組合について	-----221
	生活衛生同業者組合認知度	-----221
	脱会時期と脱会理由	-----223
	脱会者の入会期間	-----224
	事業を行う上で必要な情報収集経路（脱会者）	-----225
	生活衛生同業者組合への勧誘の有無と勧誘経路	-----225
	生活衛生同業者組合への加入意向	-----226
	生活衛生同業者組合へのイメージ	-----227
	生活衛生同業者組合非加入の最大理由	-----228
	生活衛生同業者組合加入条件	-----229
	事業を行う上で必要な情報収集経路（全体）	-----232
(2)	都道府県生活衛生営業指導センターについて	-----233
	都道府県生活衛生指導センターの認知度	-----233
	都道府県生活衛生指導センターとの接点	-----235

【付 表】

1	調査結果集計結果表（組合員調査）	-----237
2	"                    （生活衛生同業組合調査）	-----258
3	調査員特記事項（組合員調査）	-----264
4	"                    （生活衛生同業組合調査）	-----273
5	調査票（組合員調査）	-----281
6	"                    （生活衛生同業組合調査）	-----285
7	調査事項（非組合員調査）	-----287

## 調査の概要

### 1．調査目的

「生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律」は、平成19年で公布・施行（昭和32年）から50年という節目を迎えることとなる。この法律の目的である生衛業の衛生水準の維持向上や利用者・消費者の利益の擁護等を推進するため、その中心的な組織として生活衛生同業組合（以下「生衛組合」という。）が設立され、また、生衛業者への相談指導、情報収集・提供などその健全な発達を図るため都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）が設置されているが、生衛業を取り巻く環境は、消費者の生活様式や価値観の多様化、新業態の参入など大きく変化しており、また、組合数も減少してきている現状があり、生衛組合の再認識が求められている。

そこで、生衛業者及び各生衛組合に対して、生衛組合及び都道府県指導センターをどのように認識しているかを調査し、組合活動等の総括（現状評価）と生衛組合及び都道府県指導センターの今後のあるべき姿の検討、生衛組合への加入促進策等の検討に資するため本調査を実施したものである。

### 2．調査件数及び調査方法等

- (1) 生衛組合の組合員については、生衛組合において選定した生衛組合役員、特別相談員を除く一般の組合員1,421名を調査対象とし、各都道府県指導センターの経営指導員が面談聞き取りを実施した。
- (2) 生衛組合については、簡易宿所生衛組合及び休眠中の生衛組合を除く生衛組合569組合を調査対象とし、各都道府県指導センターの経営指導員が面談聞き取りを実施した。
- (3) 生衛組合に加入していない生衛業者（非組合員）については、（株）日本総合研究所に委託して訪問調査（関東エリア111名）及びWeb調査（151名）を実施した。

### 3．調査内容

- ア．組合員の生衛組合及び都道府県指導センターに対する意識
- イ．非組合員の生衛組合及び都道府県指導センター等に対する意識
- ウ．生衛組合の組合員及び都道府県指導センターに対する意識

調査事項の詳細については、巻末の調査票を参照

#### 4．調査期間

組合員及び生衛組合に対する調査は平成18年10月から12月中旬の間に、非組合員に対する調査は平成18年12月から平成19年2月中旬の間に実施した。

#### 5．調査結果の分析等

組合員及び生衛組合に対する調査票の集計は全国生活衛生営業指導センターで行い、非組合員に対する調査票の集計及び調査結果全体に関する分析と報告書の取りまとめは(株)日本総合研究所に委託した。

#### 【参考：調査方法・調査期間など】

	組合 / 組合員	非組合員	
調査方法	面談聞き取り	エリアランダムウォークに準ずる訪問面接及び郵送回収の併用	Web調査
調査地域	全国エリア	関東エリア (東京・千葉・神奈川・埼玉)	関東エリア (東京・千葉・神奈川・埼玉・山梨・静岡・群馬・茨城・栃木)
対象者抽出方法	全国的生活衛生同業組合と組合員	エリアを設定してのエリアランダム抽出	モニターの職業情報からのランダム抽出
調査対象者	全16業種	13業種 <sup>注1</sup>	13業種
回収数	生衛組合 569票 生衛組合員 :1,421票 役員、特別相談員を除く	111票	151票 食肉・食鳥肉は該当なし
調査期間	2006年10月 ～2006年12月	2006年12月 ～2007年2月	2007年1月 ～2007年2月

注：13業種とは、飲食店営業7業種(すし、めん類[そば、うどん店]、中華料理、社交[バー・キャバレー・ナイトクラブ]、料理「料亭」、一般飲食[食堂・レストラン、居酒屋など]、喫茶)、食肉販売業、食鳥肉販売業、理容業、美容業、ホテル・旅館業、クリーニング業

## 調査結果総論

### 1. 生活衛生同業組合に対する意識

#### (1) 組合員の生衛組合に対する意識

組合員の生衛組合に対する意識は、以下のとおりである。

	組合員
組合の必要性	n=1,421
当然必要である	69.2%
必要はない	1.8%
どちらかといえばあった方が良い	24.1%
わからない	4.9%
組合に加入して障害があると感じたか	n=1,419
ある	28.5%
特にない	71.5%
組合の活動への参加状況	n=1,420
参加している	80.6%
あまり参加していない	16.3%
全く参加していない	3.1%
現在の組合活動に満足しているか	n=1,420
満足している	46.4%
不満である	7.7%
どちらともいえない	45.9%

生衛組合の必要性については、「当然必要である」が69.2%あり、「どちらかといえばあった方が良い」を含めると93.3%の割合であった。「必要はない」は1.8%であった。「当然必要である」を業種別でみると、公衆浴場が91.1%、旅館が81.7%と高かったが、食鳥肉が34.4%と全体比率を下回った。また、加入年数が短いほど、年齢が若いほど、業歴が短いほど「当然必要である」の割合は小さくなっている。

組合に加入して良かったと感じたことについては、「同業者との親睦交流や情報交換が図れた」(79.3%)、「国金の低利融資を受けることができた」(54.8%)、「研修会に参加し知識技能等を修得できた」(46.2%)が高かった。業種別にみると、「研修会に参加し、知識技能等を修得できた」が理容は67.5%、美容は64.7%、クリーニングは68.5%で全体比率(46.2%)より高かった。また、「経営や衛生上の指導や相談を受けることができた」が公衆浴場は55.6%、氷雪は54.5%で全体比

率（26.2％）を大きく上回った。

生衛組合に加入して障害があると感じたことがあるかについては、「ある」が28.5％であった。業種別にみると、飲食業では「料金、営業方法など営業上の各種自主規制」が1.6％と全体比率（11.3％）より低いが、それ以外の業種で特に理容が34.8％と全体比率を大きく上回った。

生衛組合の活動の参加状況については、「参加している」が80.6％であった。業種別でみると、飲食業は「参加している」が69.0％と全体比率（80.6％）を下回っており、特に喫茶は51.7％と低い。また、加入年数が短いほど、年齢が若いほど、業歴が短いほど「参加している」の割合は小さくなっている。実際に参加している組合活動内容については、「大会、総会、総代会等」（89.7％）、「研修会や講習会」（75.9％）が高かった。

生衛組合の活動に満足しているかについては、「満足している」が46.4％あるものの、「どちらともいえない」が45.9％。「不満である」が7.7％で、満足していない割合が過半数を超えた。

今後、組合に力を入れてもらいたい事業及び期待する事業については、「情報提供事業」（52.4％）、「技術、技能研修」（27.5％）、「団体活動（環境保全、各種規制対応、融資制度拡充）」（27.1％）であった。業種別にみると、「販売促進事業」は食鳥肉が59.4％、食肉が41.2％、旅館が37.6％と全体比率（19.1％）を大きく上回っている。「技術、技能、研修」ではクリーニングが62.0％、美容が50.2％、理容が41.4％と全体比率（27.5％）を大きく上回っている。また「団体活動（環境保全、各種規制対応、融資制度拡充）」で氷雪の63.6％が全体比率（27.1％）を大きく上回っている。

## （2）非組合員の生衛組合に対する意識

非組合員の生衛組合に対する意識は、以下のとおりである。

非組合員の生衛組合の認知度については、訪問調査とWeb調査ともに半数以上の非組合員が認知していないことが分かった。

生衛組合への勧誘の有無については、8割以上が勧誘された経験がないと回答している。

非組合員の生衛組合への加入意向であるが、訪問調査では「加入したくない」が51.1％あるが、Web調査では24.8％で「どちらともいえない」が7割あった。生衛組合非加入の最大理由については、訪問調査とWeb調査ともに「知らなかったから」という回答で、認知レベルの低さに起因していると考えられる。

	非組合員 (訪問調査)	非組合員 (W e b 調査)
生衛組合の認知度	n=111	n=151
知っている (知っていた + 聞いたことがある)	47.7%	47.0%
知らない	52.3%	53.0%
生衛組合への勧誘の有無	n=92	n=137
ある	15.2%	11.7%
ない	84.8%	88.3%
生衛組合への加入意向	n=92	n=137
加入したい	3.3%	4.4%
よく知らないのでどちらともいえない	45.7%	70.8%
加入したくない	51.1%	24.8%

組合に対する肯定的な理由はいずれも訪問調査よりもW e b 調査の方が多い結果となった。その中でも、「商売のプラスになることがあれば」はW e b 調査では28.5%、訪問調査では15.3%。「困ったときの助けになるならば」はW e b 調査では29.1%、訪問調査では6.3%であった。W e b 調査での40歳未満の若い経営者層の影響が反映された結果と考えられる。

また、組合員と非組合員の事業を行う上で必要な情報入手経路については、以下のとおりである。

	組合員	非組合員 (訪問調査)	非組合員 (W e b 調査)
情報入手経路について (複数回答)	n=1,417	n=111	n=151
組合関係者との交流	62.9%	-	-
組合の定期刊行物	26.0%	-	-
指導センターから	17.2%	-	-
友人・同業種や親等	44.1%	54.1%	36.4%
商店街などの地域交流	17.7%	25.2%	17.2%
テレビ、新聞	27.4%	15.3%	17.2%
インターネット	32.6%	11.7%	63.6%
一般の雑誌や本	28.2%	10.8%	15.9%
積極的には行っていない	4.4%	26.1%	13.9%

組合員の情報入手経路については、「組合関係者との交流から」(62.9%)、「友人・同業者や親等」(44.1%)が高かった。非組合員(訪問調査)の情報収集経路は、「友人・同業種や親等」(54.1%)と「商店街などの地域交流」(25.2%)が高いが、非組合員(W e b 調査)ではこの2つの項目は低く、「インターネット」

(63.6%)が高かった。

### (3) 生衛組合の意識

生衛組合の意識は、以下のとおりである。

	組合
組合活動の現状(自己評価)	n=569
積極的に実施している	39.7%
それなりに実施している	55.0%
ほとんどやれていない	5.3%

組合が抱えている課題については、「組合員の減少」が93.0%と圧倒的に高かった。ただし、興行は52.3%と、全体平均(93.0%)を下回った。2番目に多かったのは「組合員の高齢化・後継者難」(全体平均67.7%)であったが、特に理容は97.9%、美容は97.9%、クリーニングは91.5%、公衆浴場は88.9%で全体平均(67.7%)を大きく上回った。

組合活動の現状(自己評価)については、「積極的に実施している」は39.7%であった。業種別でみると、飲食業は「積極的に実施している」が40.1%と、全体平均を上回った。理容と美容は「積極的に実施している」の比率が70.2%と、他業種より圧倒的に高かった。それ以外の業種では全体的に低く、特に食肉は14.3%、興行の15.9%が目立つ。

組合員に対して思うことについては、全体では「組合活動に積極的に参加してほしい」が65.6%、「具体的な意見が出てこない」が53.8%が高かった。業種別でみると、興行では「組合活動にもっと積極的に参加してほしい」が25.0%と低かった。

今後の組合に必要と思う(感じる)ものについては、全体では「活動財源の確保」が78.3%と高かった。業種別でみると、興行は44.2%、氷雪の55.6%が全体平均(78.3%)を下回った。また「組合員の団結力」では、美容が80.9%と全体平均(55.6%)より高かった。

## 2. 都道府県生活衛生営業指導センターに対する意識

### (1) 組合員と非組合員の都道府県指導センターに対する意識

組合員と非組合員の都道府県指導センターに対する意識は、以下のとおりである。

	組合員	非組合員 (訪問調査)	非組合員 (Web調査)
認知度	n=1,417	n=111	n=151
知っている	75.6%	16.2%	7.9%
知らない	24.4%	83.8%	92.1%
事業内容	n=1069	n=18	n=12
ある程度知っている	81.7%	44.4%	33.3%
知らない	18.3%	55.6%	66.7%
接点の有無	n=1056	n=18	n=12
接点がある	64.3%	16.7%	41.7%
接点はない	35.7%	83.3%	58.3%

都道府県指導センターの認知度については、組合員全体では「知っている」が75.6%と、「知らない」の24.4%を上回っている。業種別でみると、飲食業では「知らない」の比率が31.3%と、全体平均(24.4%)より高い。それ以外の業種では、「知らない」の比率が低く、特に公衆浴場は2.2%、クリーニングは8.7%と特に低い。年齢別では若い人の方が、業歴別では年数が短い人の方が認知度は低い結果となった。従業者数別では、30人以上の従業者数の所では「知っている」の割合が50%と、少人数の所と比較して低かった。非組合員では、訪問調査では8割以上が、Web調査では9割以上が認知していなかった。

都道府県指導センターが実施している事業内容の組合員の認知度については、全体では「ある程度知っている」が81.7%、「知らない」が18.3%であった。業種別では、めん類だけは「ある程度知っている」が61.3%と低かった。組合員が知っている都道府県指導センターの事業内容については、「融資相談」(58.8%)、「経営相談(税務・労務等)」(42.4%)、「標準営業約款の登録」(32.0%)、「研修会、講習会」(28.2%)であった。非組合員については認知している中で、半数以上が事業内容を知らないと回答している。

組合員と都道府県指導センターとの接点の有無については、全体では「接点がある」が64.3%で、業種ごとではクリーニングが81.9%、氷雪の80.0%が全体平均

(64.3%)を上回った。組合員と都道府県指導センターとの接点の内容は、「研修会、講習会」(43.9%)、「融資相談」(41.7%)、「標準営業約款の登録」(30.8%)、「経営相談(税務・労務等)」(20.2%)であった。非組合員と都道府県指導センターとの接点について「接点がある」と回答した割合は、訪問調査では全体の2.7%、Web調査では全体の3.3%であった。

(2) 生衛組合の都道府県指導センターに対する意識

生衛組合の都道府県指導センターに対する意識は、以下のとおりである。

	組合
組合事業等に関する指導センターとの関係	n=569
密接に連携している	66.3%
少し連携している	31.1%
ほとんど関係ない	2.6%

生衛組合と都道府県指導センターとの関係について、全体では「密接に連携している」が66.3%であった。「少し連携している」との合計比率では97.4%であった。業種別でみると、「密接に連携している」は氷雪が88.9%、公衆浴場が80.0%と高く、興行は47.7%と低かった。

### 3. 現在の課題と今後の取組施策について

#### (1) 生衛組合が現在行っている活動内容の再整理と組合員のニーズに対応した組合加入のメリットの再検討

組合員へのアンケート調査の結果より、9割以上の組合員が、組合の必要性について「必要である」、「どちらかといえばあった方が良い」と回答しており、生衛組合に対してメリットを感じていることが明らかになった。その一方で、生衛業を取り巻く環境は、経済動向や産業構造の変化、新業態の参入、消費者の生活様式や価値観の多様化など組合設立当時と比べ大きく変化しているため、約5割の組合員が、現在の組合活動について「どちらともいえない」、「不満である」と回答しており、組合活動と組合員のニーズとのミスマッチの問題が生じていることが明らかになった。

生衛組合では、上記で示したような経営環境の変化と組合員のニーズの変化に伴い、組合活動の改善、強化若しくは新たな取組を検討し、組合加入のメリットを見直すことが重要である。

#### **施策例（注）**

現在の組合活動内容で、“現在の生活衛生業者のニーズに合致しているもの”、“合致はしているが新たな訴求方法を検討する必要があるもの”、“現在のニーズに合致していないもの”に分類・整理し、今後の対応策を検討する。

また、経営環境の変化のスピードと実施のタイミングを考慮したサービスを提供することが重要となる。活動内容で“恒常的に必要なもの”、“スポットで対応していくもの”、“ある程度時間を掛けて対応していくもの”に分類・整理する。

(注) 施策例については、本調査結果の分析・取りまとめを行った(株)日本総合研究所が、今回の調査で寄せられた生衛組合、組合員の意見等を基に参考として提案しているものである。以下に記載する施策例についても同様。

#### (2) 認知活動の強化

組合員へのアンケート調査の結果より、3割弱の組合員が都道府県指導センターの存在について「知らない」と回答している。特に飲食業関連の組合員からの認知度は、それ以外の業種と比較して相対的に低かった。

また、非組合員へのアンケート調査（訪問調査とWeb調査）の結果からは、約

5割が生衛組合の存在について「知らない」と回答している。さらに、非組合員への訪問調査では8割以上、非組合員へのWeb調査では9割以上が都道府県指導センターの存在について「知らない」と回答している。また、非組合員への訪問調査では4割以上、非組合員へのWeb調査では5割以上が生衛組合非加入の最大理由として「知らなかった」と回答している。

現在提供しているサービス内容を再整理・見直しすると並行して、生衛組合と都道府県指導センターの認知度を強化するための施策を検討することが必要である。特に“営業活動の再活性化・再構築”と“インターネットの活用”による認知度の強化が有効であると考えられる。それは非組合員へのアンケート調査の結果から、8割以上が生衛組合への勧誘の有無について「勧誘を受けたことがない」と回答している。また、事業を行う上で必要な情報収集経路として、非組合員への訪問調査では約1割(40歳未満では3割以上)、非組合員へのWeb調査では6割以上が「インターネットを利用している」と回答しており、今後インターネットの普及率が更に高まることを踏まえると、インターネットを活用した認知度強化策が有効であると考えられる。

### **施策例1 バナー広告の導入**

アクセス数の多いサイト及び各業種がよく見るホームページ(飲食店のオーナーが好んでよく見るサイト、業界専門のサイト)等へバナー広告を展開する。

### **施策例2 検索サイトでの強化**

インターネットの検索サイトにおいて、生衛業者の悩みや生衛組合と都道府県指導センターが提供するサービス内容に関連するキーワード検索でヒット回数を増やし、ランキングで上位にくるようにする。

### **[目的]**

- ・ バナー広告の展開や、“開業支援”、“運営支援”などのキーワード検索でランキング上位にくるようにすることで、まずは生衛業組合や都道府県指導センターの存在を認知してもらおう。また、生衛業者が情報収集若しくは経営相談をしようとした際に、生衛組合と都道府県指導センターがその候補の1つとなり、問い合わせを受けられる機会を増やす。
- ・ 生衛組合、都道府県指導センターが提供するサービス内容は、景気の動向や市場環境の変化によって大きく変わってくるため、インターネットを活用することで、タイミングよく、随時告知する。

### (3) 非組合員との接点を増やす

非組合員へのアンケート調査の結果より、訪問調査では約5割、Web調査では7割以上が生衛組合への加入意向として「加入したい」、「よく知らないのでどちらともいえない」と回答している。また、非組合員への訪問調査では約1割(40歳未満では4割以上)、非組合員へのWeb調査では約3割が生衛組合加入条件として「商売のプラスになることがあれば」と回答している。非組合員は自分にとってプラスになることがあれば組合への加入に関心を持っていることが明らかになった。

そこで、非組合員との接点の場を戦略的に増やすことによって、非組合員に対して組合に加入するメリットを体験してもらい、加入したいと思わせる機会を増やす。また、現在の組合員にとっても非組合員と接することで違った角度での情報収集ができる場ともなり、組合活動の活性化を促進させる。さらには、生衛組合及び都道府県指導センターにとっても非組合員の動向を知る場にもなり、新たなサービス内容が生まれるきっかけとしても活用できるようにする。

#### **施策例1 問い合わせ窓口(お客様相談室)の設置**

上記のような認知活動、勧誘活動に対する問い合わせ窓口機能を強化し、生衛組合及び都道府県指導センターと非組合員との接点を増やす。

##### **[目的]**

- ・ 認知活動、勧誘活動に対する問い合わせ窓口を設置し、非組合員からの問い合わせを一段としやすくする。
- ・ 問い合わせがあった方に対し、その後のフォロー勧誘を実施できるように、各都道府県指導センター等に問い合わせ情報を伝達する頻度と精度を高める。

#### **施策例2 組合員と非組合員の情報共有会の実施**

特に営業に関する情報の収集に対しては、組合員・非組合員共に高い関心を持っている。実際に組合のメリットを享受している組合員と非組合員の交流の場を作っていく。

##### **[目的]**

- ・ 非組合員が組合のメリットを知る機会が増える。
- ・ その一方で、組合員は組合外の実態を知る場にもなり、従来と比較して情報の鮮度や幅、同業種でも違う考え方で営業している方の意見を知る機会を増やす。

### 施策例3 非組合員が参加できる活動を増やす

非組合員に対して実際の組合のメリットを体験してもらうことで非組合員の組合加入率を促進する。

#### 【目的】

- ・ 組合のメリットを実際に体験してもらうことで、組合に対する誤解や組合加入に対する障壁等を低くする。
- ・ 組合活動が苦手な方でも、組合員と同等のメリットを受けることができ、情報共有等も可能となる。
- ・ 非組合員が参加できる活動を増やすためには、組合員としてのメリットを明確にする必要があり、非組合員が活動に参加するためには有料にするなど組合員との差別化を図る。

#### (4) 組合のメリット享受方法多様化への対応

組合員へのアンケート調査の結果より、9割以上の組合員が、組合の必要性について「必要である」、「どちらかといえばあった方が良い」と回答しており、生衛組合並びに都道府県指導センターが提供するサービス内容に対してメリットを感じていることが明らかになった。また、組合員へのアンケート調査の結果より、組合に加入して良かったと感じたことについて、「国金の低利融資を受けることができた」、「同業者との親睦交流や情報交換が図れた」、特に理容業、美容業、クリーニング業などは「研修会に参加し、知識技能等を修得できた」と回答する割合が高かった。従来提供しているサービス内容は引き続き改善・強化していくことが有効であることが明らかになった。しかし、現在の組合活動内容だけでは組合員の不満若しくはニーズの多様化によるミスマッチが解消されることは困難であると思われる。現在の組合内での活動では、これらの問題を解決するには限界があるのではないかと懸念される。

そこで、組合の枠を超えた組合外でのサービスと連携し、今までにはない新しいサービスを提供することが重要になると考えられる。現在の組合員に対しては、今までと違う角度で活性化の支援を行うことができ、現在の組合活動内容では加入しない非組合員に対しても、組合加入への新たなアプローチができるようになる。

### 施策例 汎用性の高いポイントカードシステムの活用

組合内だけで利用可能な一般的なポイントカードではなく、外部のメリットを活かせるポイントカードを導入し、加入の促進を行う。

## 【目的】

- ・ 航空会社（例えば、JALやANAなど）のマイルや、携帯電話会社（NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクなど）のポイント等、普及率が比較的高いポイントと交換を可能にすることで、組合内ポイントカードでは享受することが難しい外部のメリットを利用することができる。
- ・ 組合内でポイントカードを発行し、組合独自の割引システムを導入している例が一般的には多いが、それでは目的別に複数のカードを使い分けなければならなくなる。しかし、汎用性の高いポイントカードを導入し、外部のメリットを利用することで利便性が高まり、ポイントカードを発行しやすくなる。
- ・ 組合の加入に対する障壁を高く感じている人、もしくは組合への加入という意志が弱い人に対しても、組合加入の促進方法となる。

### （５）組合員、非組合員へのモニタリング機能の実施・強化

今回のアンケート調査では、現在の組合員の満足点・不満足点を確認することができたことに加えて、非組合員の動向・生衛組合と都道府県指導センターへの認知度、加入する条件等を把握することができた。これは、今後新たに提供するサービス内容若しくは組合の体制を改善・強化していく上で貴重な情報となる。組合員と非組合員の意見を把握していく機能を生衛組合及び都道府県指導センターが確立し、継続して取り組んでいくことは重要である。

#### **施策例 組合員と非組合員の定期的な実態調査の仕組みを導入**

生衛組合内の現場の動きだけでなく、組合外の現場の動きも同時にかつ定期的にモニタリングを実施し、全国生活衛生営業指導センターの施策に反映させていく。実態調査の方法としては、訪問調査、Web調査、郵送調査、電話調査等が考えられる。

## 【目的】

- ・ 定期的なモニタリング（今回実施したような訪問調査、Web調査など）を行うことで、生衛業者の実態（認知度、勧誘状況、ニーズ、満足点・不満足点など）の経緯を把握することができる。
- ・ 特に、今まで不十分であった組合外の実態・現場の声を把握することができる。
- ・ 生衛組合と都道府県指導センターが実施している施策の効果や有効性をチェックすることができる。

- ・ 以上のようなチェック方法を確立することで、現場の声を反映した全国生活衛生営業指導センターとしての方針や戦略、施策を打ち出すことができるようになる。さらに、同様な実態調査を継続して行うことで、P D C Aサイクルを実行することができる。

## 調査結果

### 1 営業者の生衛組合・都道府県指導センターに対する意識

#### [ 調査対象プロフィール(組合員) ]

#### 都道府県別・組合別の調査件数

	総計	めん類	中華料理	すし	料理	喫茶	社交	一般飲食	食肉	食鳥肉	氷雪	理容	美容	興行	旅館	公衆浴場	クリーニング
TOTAL	1421	48	42	86	61	58	76	179	87	32	11	234	235	42	93	45	92
北海道	30	2	2	2	2	2	2	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
青森県	24	0	0	2	2	0	2	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
岩手県	33	0	2	2	1	2	2	7	1	0	0	5	5	1	2	1	2
宮城県	30	2	2	2	2	2	2	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
秋田県	33	2	2	2	0	2	2	5	2	0	0	4	6	1	2	1	2
山形県	28	2	0	2	2	2	2	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
福島県	28	2	2	2	0	2	2	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
茨城県	27	2	2	2	2	2	0	0	2	0	0	5	5	1	2	0	2
栃木県	35	2	2	2	2	0	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
群馬県	31	2	2	2	0	0	2	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
埼玉県	35	2	2	2	0	2	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
千葉県	31	2	2	2	2	0	0	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
東京都	38	2	2	2	2	2	2	5	2	2	1	5	5	1	2	1	2
神奈川県	38	2	2	2	2	2	2	5	2	2	1	5	5	1	2	1	2
新潟県	28	2	0	2	2	2	2	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
富山県	33	2	2	2	2	2	2	5	0	0	0	5	5	1	2	1	2
石川県	32	2	0	2	2	2	2	5	0	0	1	5	5	1	2	1	2
福井県	36	2	2	2	2	2	2	5	2	0	1	5	5	1	2	1	2
山梨県	20	0	0	2	0	0	0	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
長野県	31	2	0	2	2	0	2	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
岐阜県	37	2	2	2	2	2	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
静岡県	33	2	0	2	2	0	2	5	2	2	1	5	5	0	2	1	2
愛知県	29	2	2	2	2	2	2	2	2	0	1	5	4	1	1	1	0
三重県	33	2	0	2	2	2	2	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
滋賀県	22	0	0	2	0	2	0	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
京都府	37	2	2	2	2	2	2	5	2	0	2	5	5	1	2	1	2
大阪府	38	2	2	2	2	2	2	5	2	2	1	5	5	1	2	1	2
兵庫県	37	2	2	2	2	2	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
奈良県	23	0	0	0	0	0	0	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
和歌山県	23	0	0	0	0	0	0	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
鳥取県	28	0	0	2	0	2	2	5	2	0	0	5	5	0	2	1	2
島根県	26	0	0	2	2	0	0	5	2	0	0	5	5	1	2	0	2
岡山県	33	0	0	2	2	2	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
広島県	33	0	0	2	2	2	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
山口県	25	0	0	2	0	0	0	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
徳島県	25	0	0	2	2	0	2	0	2	2	0	5	5	0	2	1	2
香川県	29	0	0	2	0	0	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
愛媛県	33	0	2	2	0	2	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
高知県	26	0	2	0	0	2	2	0	2	2	0	5	5	1	2	1	2
福岡県	34	0	0	2	2	2	2	5	2	2	1	5	5	1	2	1	2
佐賀県	24	0	0	0	2	0	0	5	2	0	0	5	5	0	2	1	2
長崎県	30	0	0	2	2	0	2	5	2	0	1	5	5	1	2	1	2
熊本県	29	0	0	2	2	0	2	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
大分県	29	0	0	2	0	2	2	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
宮崎県	31	0	0	2	2	0	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
鹿児島県	29	0	0	2	0	2	2	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
沖縄県	24	0	0	2	0	0	2	5	0	0	0	5	5	0	2	1	2

## 組合加入年数・性別・年齢別の調査件数

【単位】上段：実数

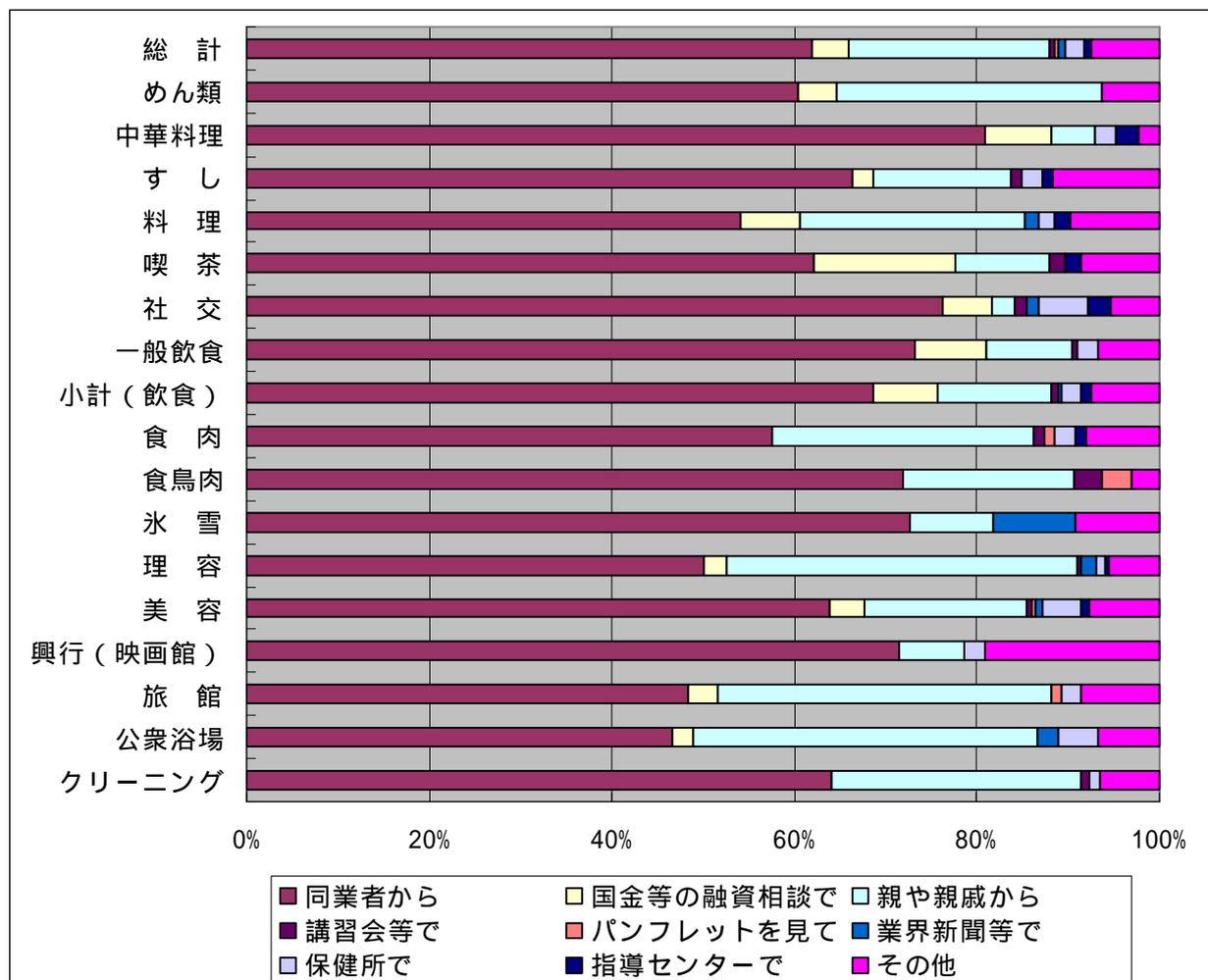
下段：構成比

組合加入年数	総計	4年以下	5～9年	10～19年	20年以上
	1,421	87	85	236	1,013
	100.0%	6.1%	6.0%	16.6%	71.3%
性別	総計	男性	女性		
	1,421	1,153	268		
	100.0%	81.1%	18.9%		
年齢	総計	39歳以下	40～59歳	60歳以上	
	1,421	113	742	566	
	100.0%	8.0%	52.2%	39.8%	
経営形態	総計	個人専業	個人兼業	法人専業	法人兼業
	1,421	896	49	400	76
	100.0%	63.1%	3.4%	28.1%	5.3%
従業者数	総計	5人未満	5～9人	10～30人	30人以上
	1,421	843	331	173	10
	100.0%	59.3%	23.3%	12.2%	0.7%
地域	総計	都市部	郡部		
	1,421	1,203	218		
	100.0%	84.7%	15.3%		
業歴	総計	5年未満	5～9年	10～20年	20年以上
	1,421	61	66	199	1,095
	100.0%	4.3%	4.6%	14.0%	77.1%

## 1 - 1 業種別の状況

### (1) 生活衛生同業組合について

組合のことを知ったきっかけ [n=1,421]

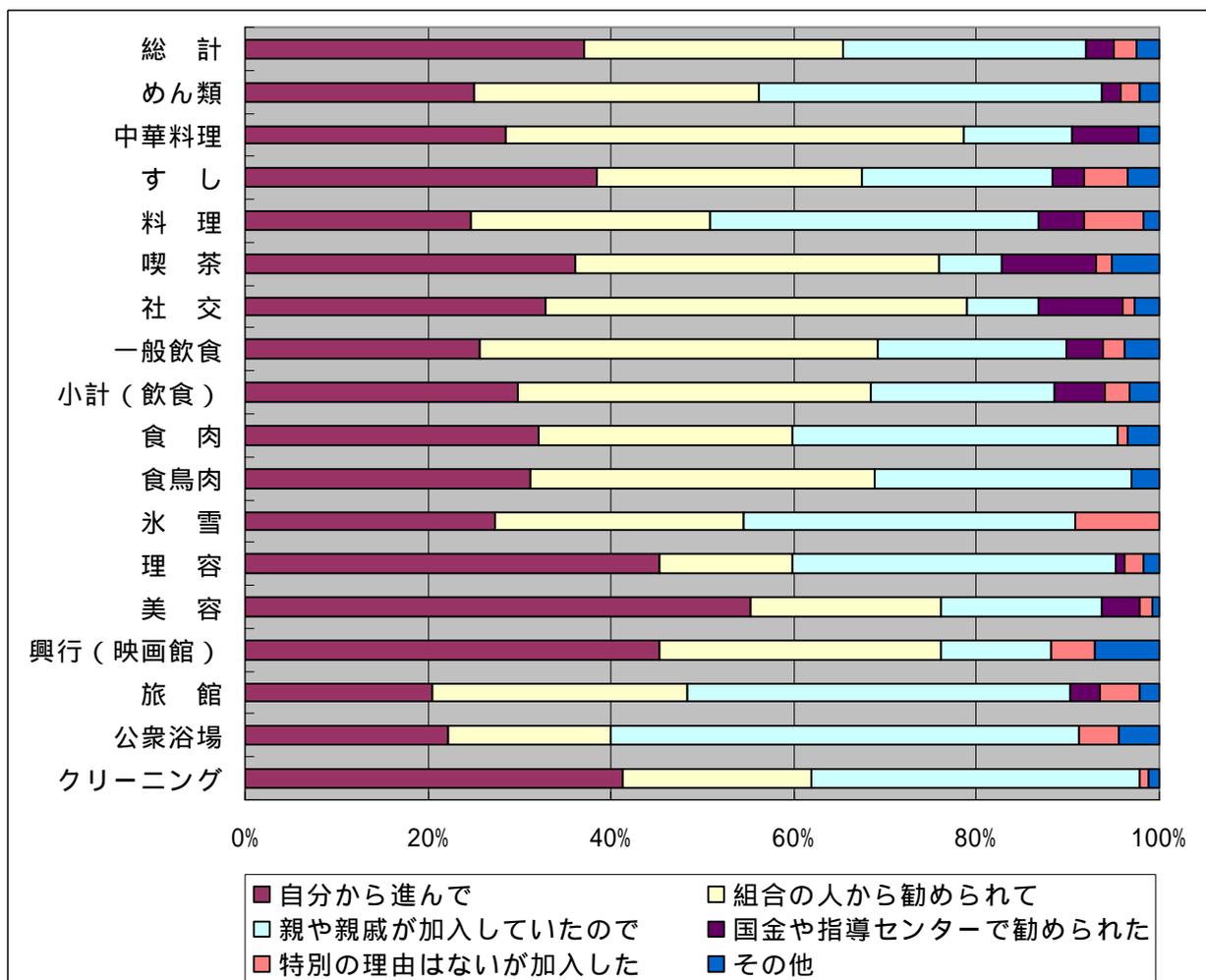


- ✓ 組合のことを知ったきっかけについて、全体では「同業者から」という理由が62.0%と高かった。
- ✓ 飲食業の中では、「同業者から」という理由が全般的に高く、特に中華料理81.0%、社交76.3%、一般飲食73.2%が高かった。
- ✓ それ以外の業種では、同じく「同業者から」という理由が全般的に高かった。しかし、「親や親戚から」という理由が、理容38.5%、旅館36.6%、公衆浴場37.8%と高かった。

組 合	都道府県	組合のことを知ったきっかけ (その他の理由等)
麺類	埼 玉	先代から加入している。祖父は、浦和麺類組合設立時のメンバーであった
麺類	静 岡	元勤務先が組合の役員をしていたので、組合のことは知っていた
麺類	三 重	組合から
すし	群 馬	生衛組合の関係者
すし	静 岡	すし券加盟と合わせ組合加入
すし	静 岡	先代が組合理事長
すし	愛 知	私が設立、当社 3代目が初代理事長
料理	岩 手	以前、旅館組合に加入していた
料理	長 野	創業時加入
料理	静 岡	古くから入っている
料理	静 岡	先代が入っていた
料理	徳 島	入居ビルのオーナーから紹介あり
喫茶	山 形	組合設立発起人である
喫茶	岡 山	新規開業の折、当然あるだろうと思い自分で調べた
社交	新 潟	設立時より知っている
社交	静 岡	開業前から、組合の事務局の人と知り合いだった
飲食	富 山	親の代から加入
飲食	静 岡	先代から加入している
飲食	静 岡	先代から加入していた
飲食	兵 庫	支部組合加入時に説明を受けた
飲食	和歌山	親から引き継いだ。既に参加していた。
飲食	岡 山	新規開店を目指す人向けの雑誌に組合加入をすすめる記事を見て
飲食	鹿児島	料飲組合
食肉	山 形	先代が組合設立発起人
食肉	福 島	親の代から
食肉	長 野	先代 (組合設立時) から
食肉	徳 島	組合発足の当初から
食肉	徳 島	組合の勧誘
食鳥肉	東 京	修業した店で知った。(その後独立)
冰雪	東 京	設立当初から
理容	栃 木	親の代から加入していた
理容	千 葉	祖父の代から
理容	静 岡	亡夫が経営の時から長く組合とはお付き合いがある
理容	静 岡	先代から加入していた
理容	滋 賀	既に父の代から加入していた
理容	鳥 取	理容師になった時から
理容	島 根	親が組合員だった

組 合	都道府県	組合のことを知ったきっかけ (その他の理由等)
理容	長 崎	昔から知っている
美容	新 潟	開業すれば当然加入するものと思っている
美容	石 川	恩師が組合 (美容) の役員だった
美容	石 川	最初、入店した店が組合員であった
美容	静 岡	元勤務先
美容	静 岡	元勤務先が組合支部長をしていた関係で、組合のことは以前から知っていた
美容	京 都	新規開業で加入
美容	大 阪	組合創立から加入
美容	和歌山	師匠から 美容師になれば当然に加入するものと思っていた
美容	岡 山	組合組織の立ち上げに参加した
美容	岡 山	働いていた店も組合に入っていたので美容師になる頃から組合に入ることが当たりまえだと思っていた。
美容	佐 賀	就職した際、その店が入っていた
美容	長 崎	組合結成時から
美容	鹿児島	開業と同じく、組合加入するのが当然と思っていた。
興行	東 京	設立時
興行	和歌山	親の事業を継承
旅館	石 川	山代温泉旅館協同組合よりの情報提供にて
旅館	三 重	組合を通じて知った
旅館	和歌山	発足当時から先代が加入
旅館	鳥 取	経営会社が途中で変わっているため、詳細は不明
旅館	香 川	昔から (入らなかつたら営業できなかった)
旅館	長 崎	長崎旅館ホテル連合会より
浴場	富 山	組合設立当時世話をしていた
浴場	静 岡	先代から加入していた
浴場	徳 島	先代から加入していた
クリーニング	新 潟	2代目
クリーニング	長 野	創業時
クリーニング	鳥 取	前に働いていた店が加入していた

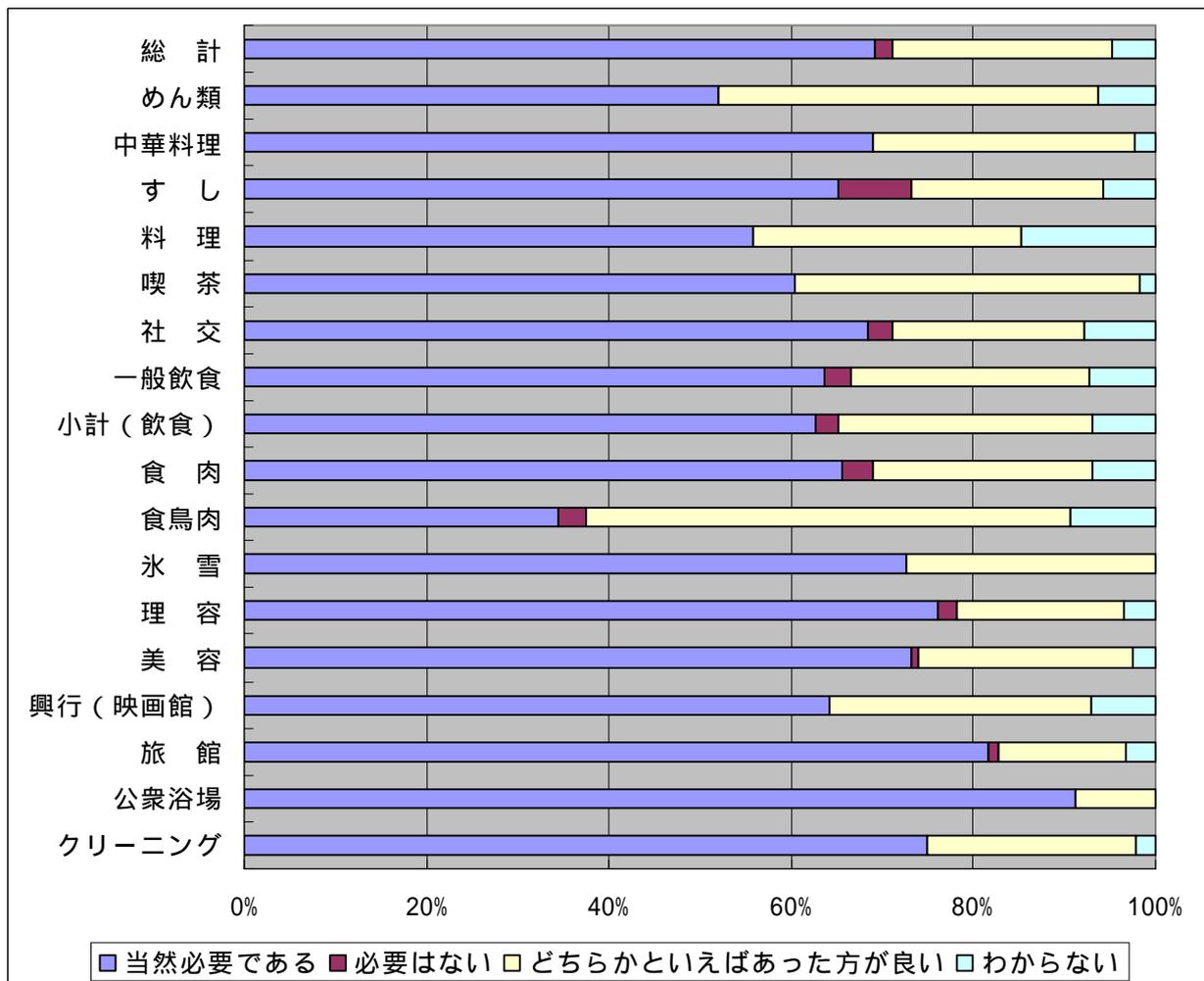
組合加入の動機 [ n=1,421 ]



- ✓ 組合加入の動機について、全体では「自分から進んで」が37.1%、「組合の人から勧められて」が28.2%と高かった。
- ✓ 飲食業では「組合の人から勧められて」が、38.7%と高かった。
- ✓ それ以外の業種は、「自分から進んで」が、美容55.3%、理容45.3%、興行45.2%と全体の比率からみて高かった。また、「親や親戚が加入していたので」が旅館41.9%、公衆浴場51.1%と高い。

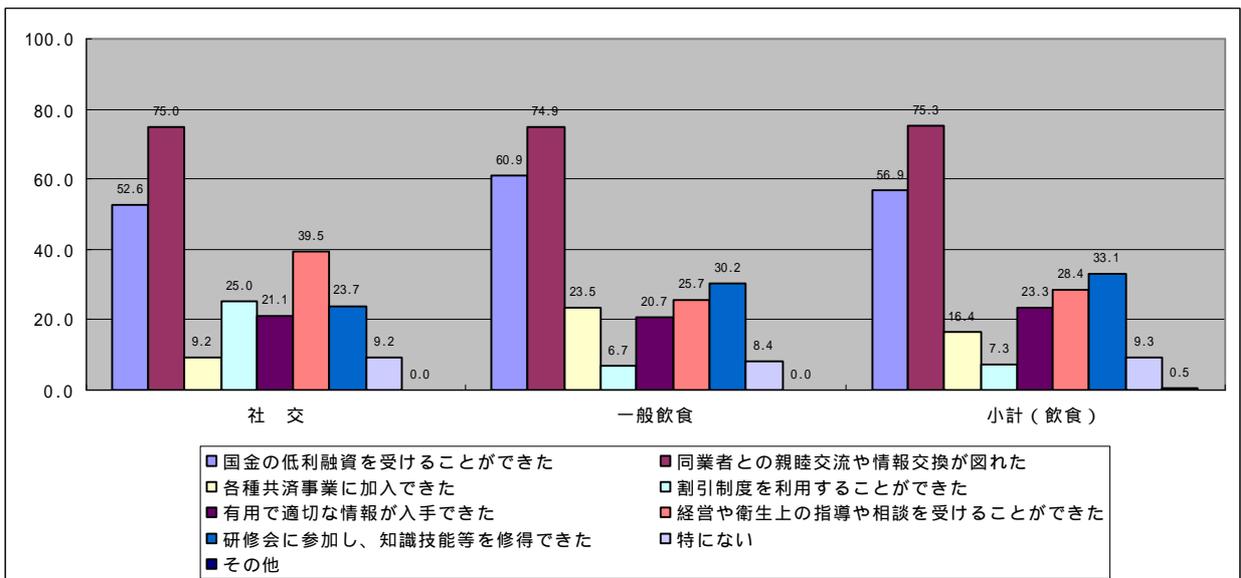
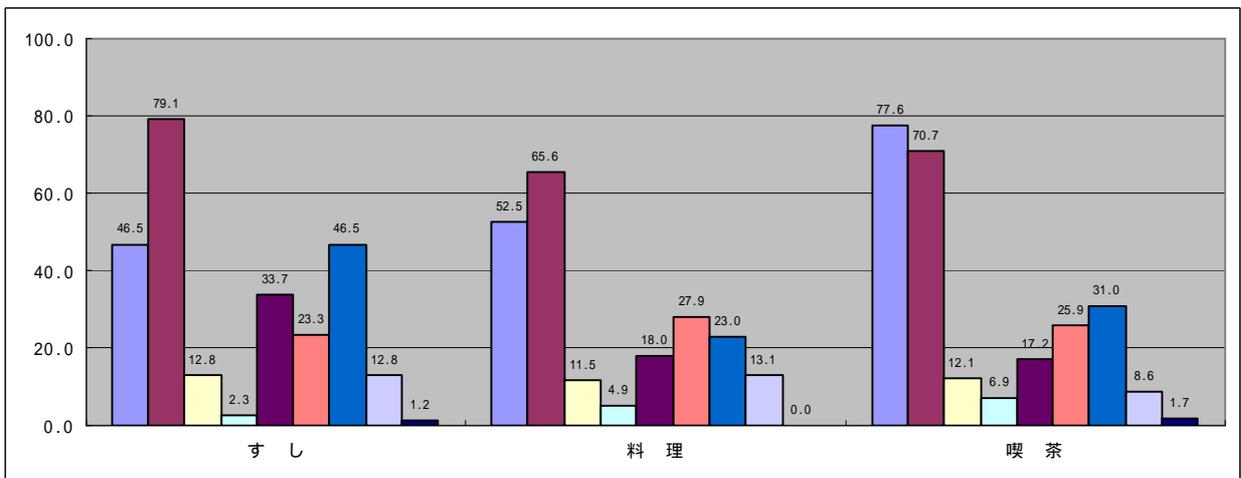
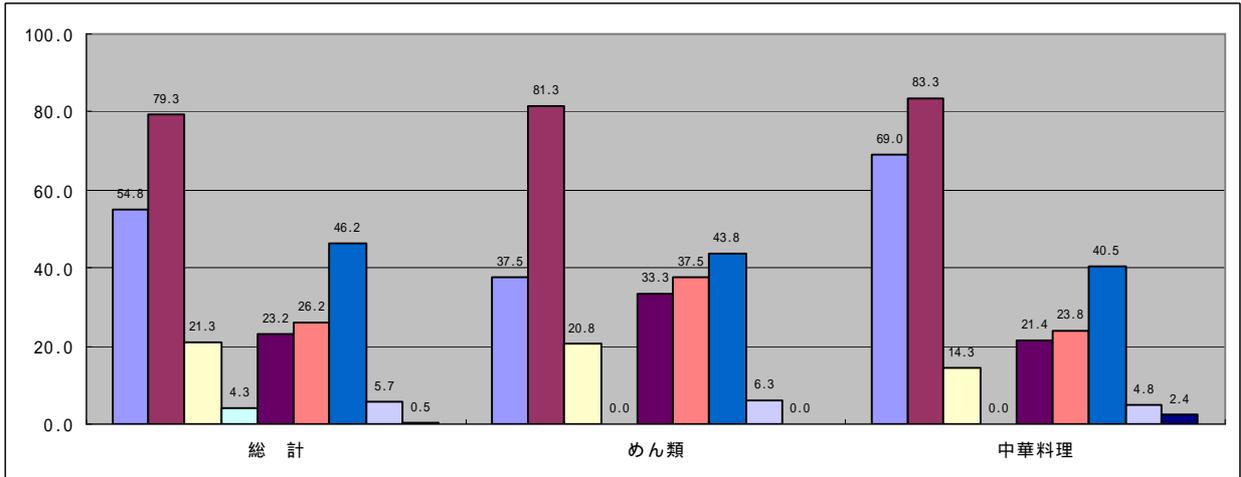
組 合	都道府県	組合加入の動機 (その他の理由等)
すし	愛 知	我々が中核となって組合を設立した
飲食	兵 庫	支部組合の勧めにより加入した
飲食	山 口	家業を継承した時すでに加入していた
理容	滋 賀	既に父の代より加入していた
美容	新 潟	あたりまえ、自然に
美容	島 根	コンクールに出場の為
興行	岩 手	組合設立時より入会している
旅館	鳥 取	経営会社が途中で変わっているため、詳細は不明
浴場	鳥 取	親の代からなのでわからない

組合の必要性 [n=1,421]

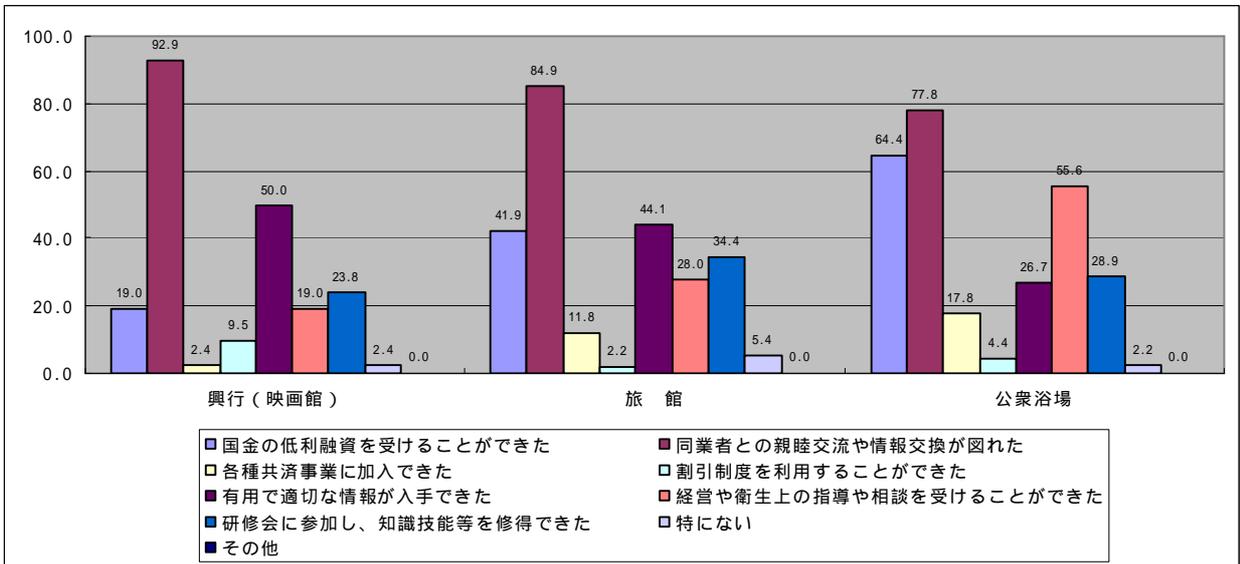
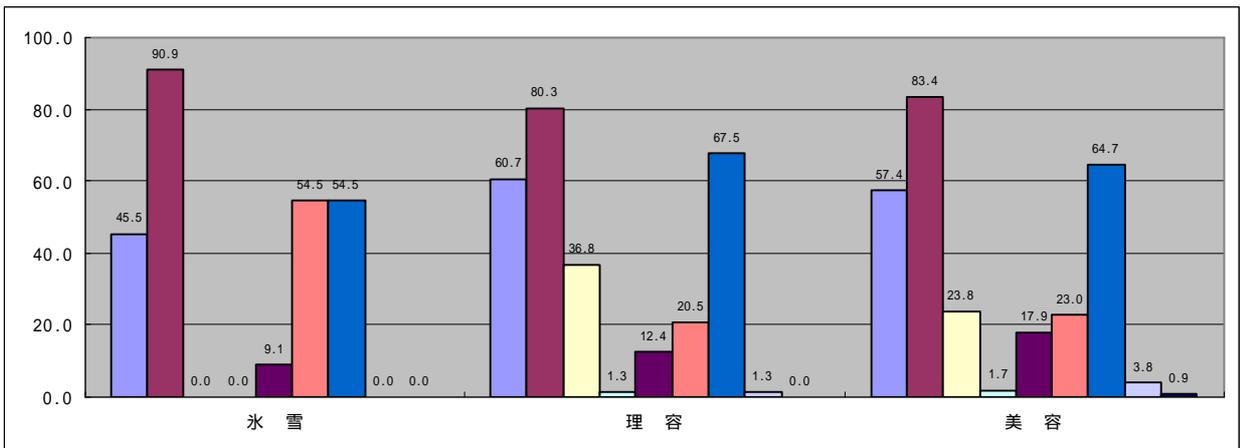
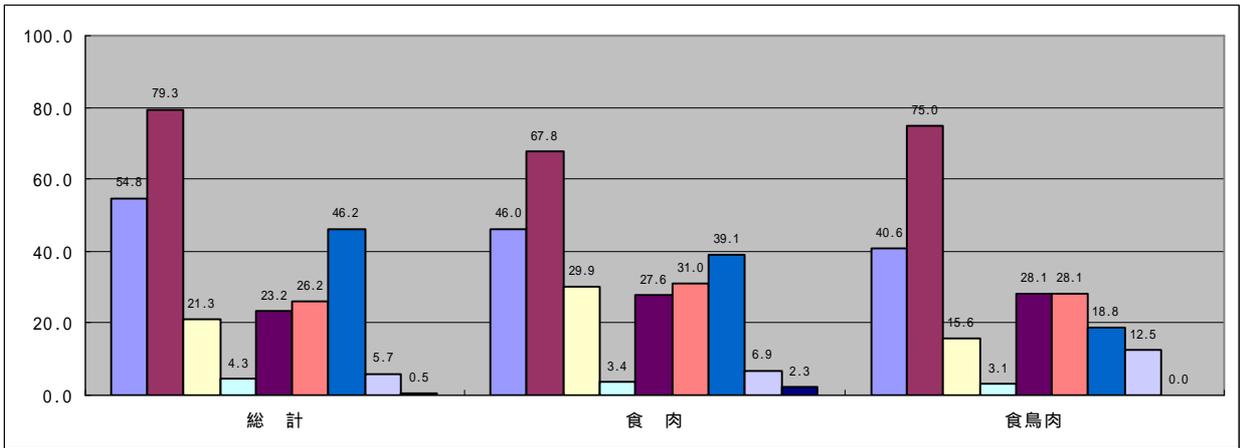


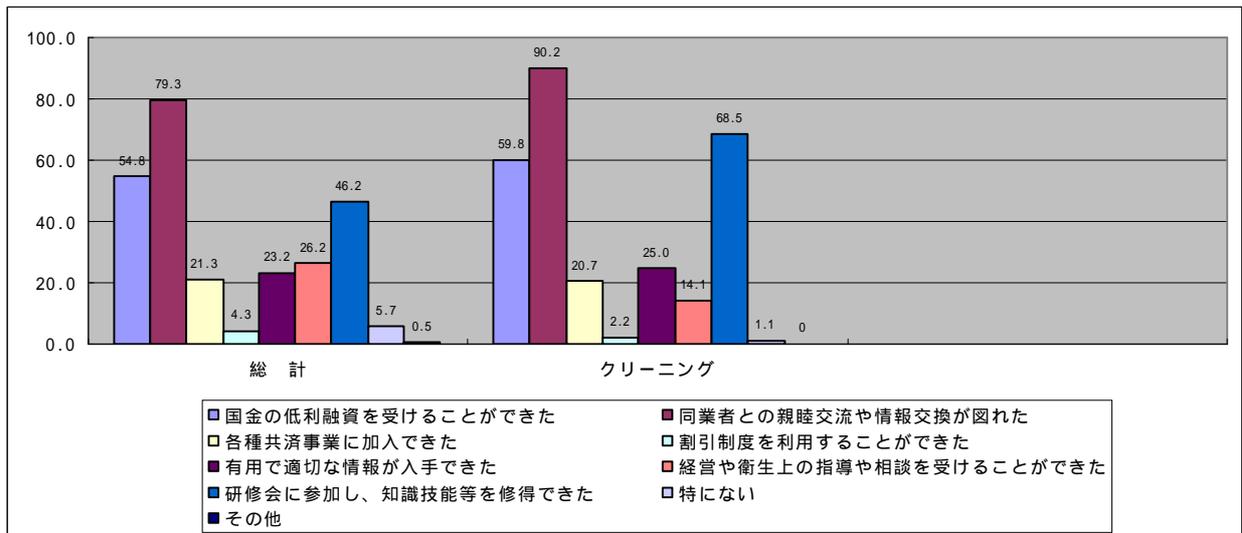
- ✓ 組合の必要性について、全体では「当然必要である」が69.2%で、「必要はない」は1.8%であった。
- ✓ その中でも、公衆浴場91.1%、旅館81.7%と目立った。ただ、食鳥肉が34.4%と全体比率を大きく下回り、「どちらかといえばあった方がよい」が高い割合であった。

組合に加入して良かったと感じた事（複数回答） [n=1,421]



- 国金の低利融資を受けることができた
- 各種共済事業に加入できた
- 有用で適切な情報が入手できた
- 研修会に参加し、知識技能等を修得できた
- その他
- 同業者との親睦交流や情報交換が図れた
- 割引制度を利用することができた
- 経営や衛生上の指導や相談を受けることができた
- 特にな

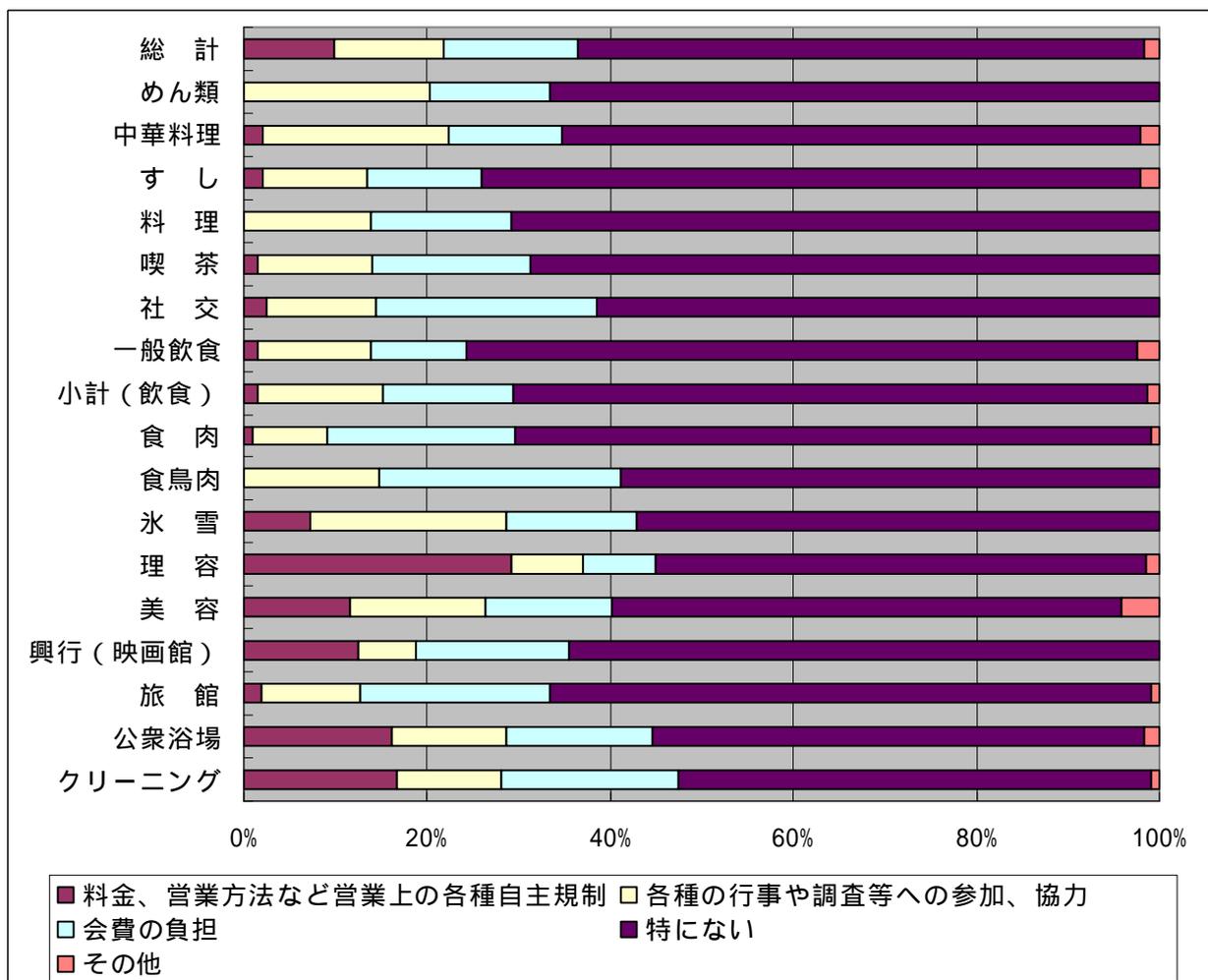




- ✓ 組合に加入して良かったと感じた事については、全体的に「同業者との親睦交流や情報交換が図れた」が79.3%と高かった。
- ✓ 飲食業は、やはり「同業者との親睦交流や情報交換が図れた」が75.3%と高かった。ただ、喫茶は「国金の低利融資を受けることができた」が77.6%と全体比率(54.8%)を大きく上回った。
- ✓ それ以外の業種は、同じく「同業者との親睦交流や情報交換が図れた」の比率が高かった。また、「経営や衛生上の指導や相談を受けることができた」が公衆浴場55.6%、氷雪54.5%で全体比率(26.2%)を大きく上回った。更に、「研修会に参加し、知識技能等を修得できた」が理容67.5%、美容64.7%、クリーニング68.5%で全体比率(46.2%)より高かった。

組合	都道府県	組合に加入して良かったと感じたこと(その他の理由等)
すし	青森	すし券の取扱いができる
美容	福島	保険
すし	静岡	すし券が使えること
中華	愛知	保険(団体)
食肉	奈良	狂牛病問題が起こった時、業界、組合の問題として対策を取ったこと

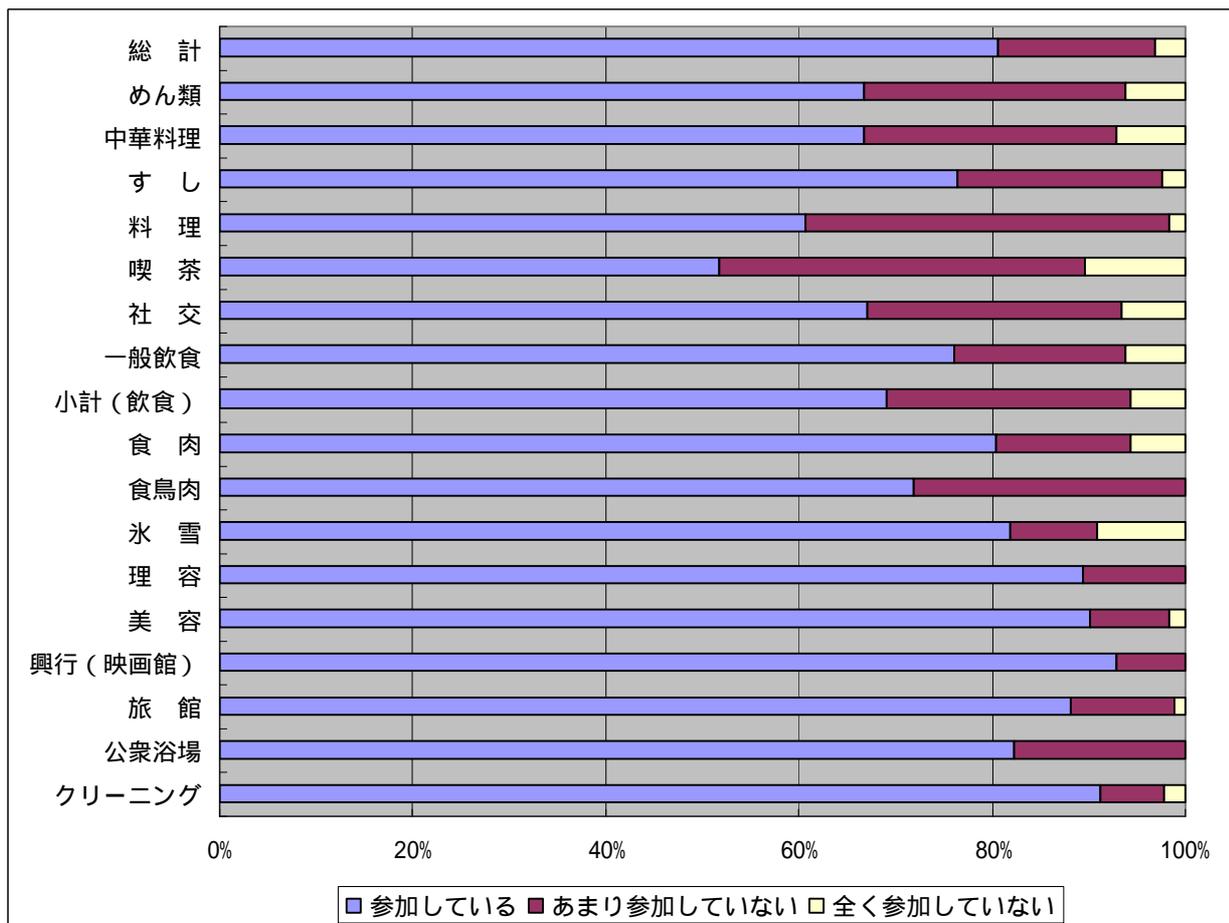
組合に加入して障害であると感じた事 [ n=1,419 ]



- ✓ 組合に加入して障害であると感じたことについては、全体的に「特にない」が71.5%であった。
- ✓ 飲食業は、やはり「特にない」が77.1%と全体比率(71.5%)より高かった。ただ、「料金、営業方法など営業上の各種自主規制」が1.6%と全体比率(11.3%)より低かった。
- ✓ それ以外の業種は、同じく「特にない」の比率が高かった。ただ、「料金、営業方法など営業上の各種自主規制」で理容が34.8%と全体比率(11.3%)を大きく上回った。

組 合	都道府県	組合に加入して障害であると感じたこと(その他の理由等)
すし	宮 崎	組合を通して国金に融資を申し込んだが融資されなかった
飲食	兵 庫	印鑑などの手続き
飲食	鹿児島	余り組合に入ったからといって、困った事はない
食肉	山 形	役員であるために集金業務が負担である
理容	岩 手	若い人達の組合加入が悪い
美容	群 馬	組合員同士の間関係
美容	神奈川	積極的に行動、協力してもらえる組合員がすくない
美容	大 阪	各種講習料は割高感がある
美容	広 島	組合の透明性がない、全体の交流が少ない
美容	広 島	人間関係
美容	福 岡	同一地区での人間関係
美容	沖 縄	役員活動・ボランティア等が負担である
クリーニング	岡 山	人間関係が難しい

組合活動への参加状況 [ n=1,420 ]



- ✓ 組合の活動への参加状況は、全体では「参加している」が80.6%であった。
- ✓ 飲食業は、「参加している」が69.0%と全体比率（80.6%）を下回っており、特に喫茶は51.7%と低い。飲食業の組合活動参加率はその他の業種と比較して全般的に低い。
- ✓ その他の業種は、「参加している」の比率が食鳥肉（71.9%）、食肉（80.5%）以外、総じて全体平均を上回っている。

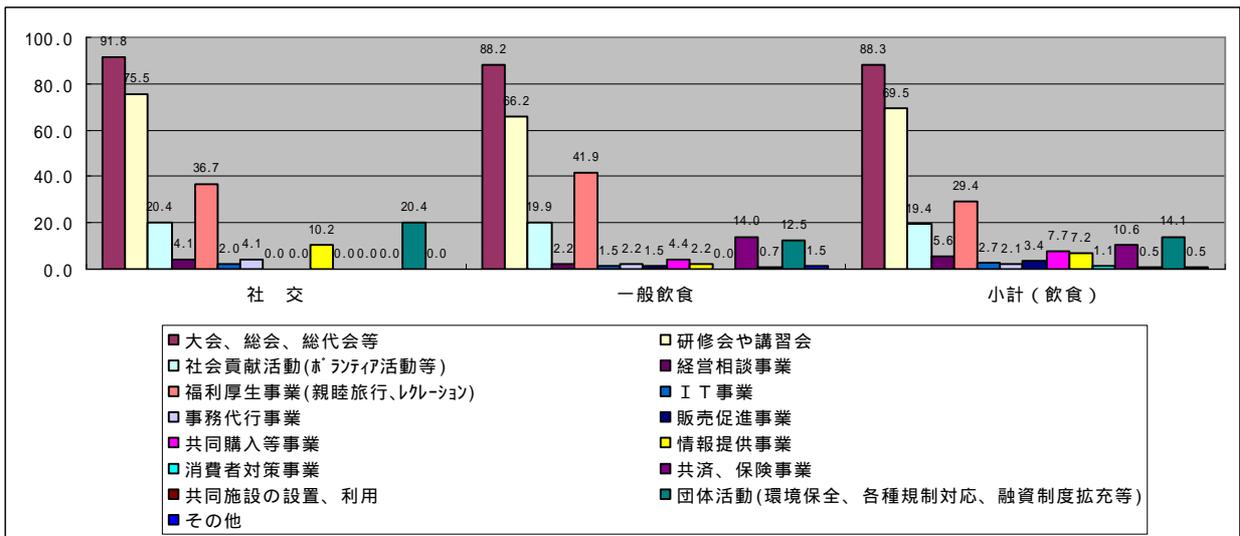
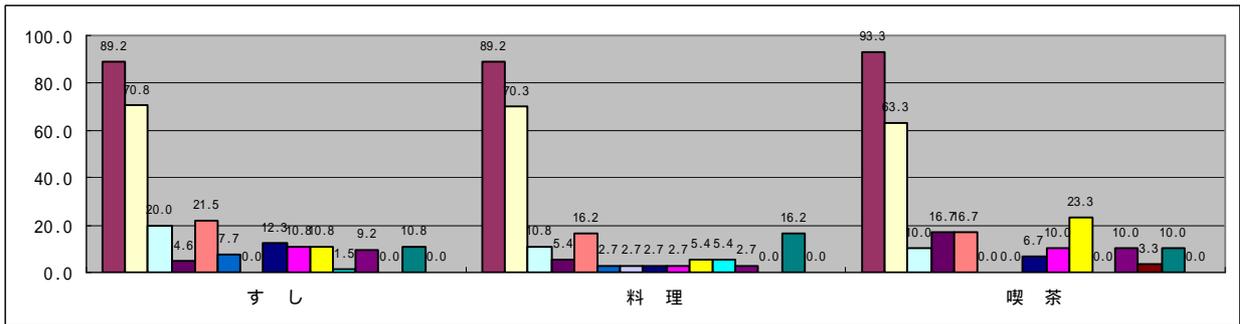
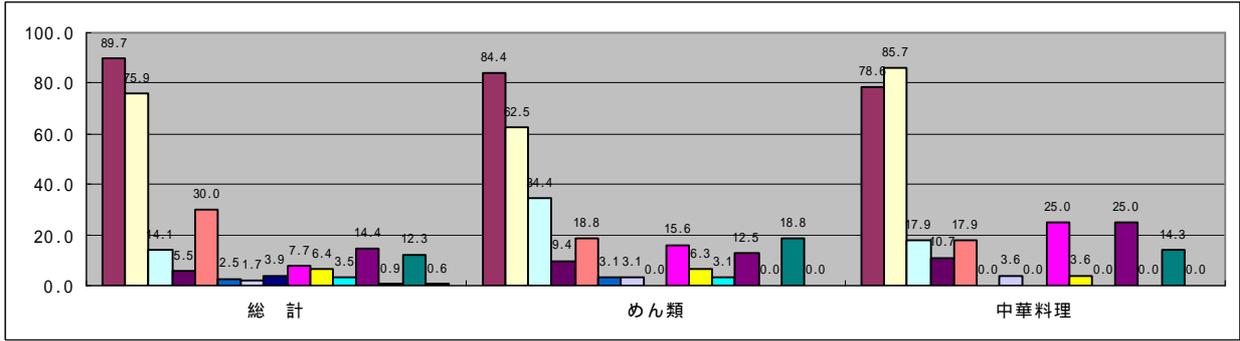
組 合	都道府県	組合活動への不参加理由（「あまり参加していない」理由等）
麺類	茨 城	自分の仕事を代わってくれる人がいないため
麺類	茨 城	妻が病気がちのため店を空けることが難しい
麺類	千 葉	役員以外の参加が少ない
麺類	東 京	参加したいと思える組合活動が少ない
麺類	石 川	忙しいから
麺類	長 野	従業者数少なく参加できない
麺類	岐 阜	定期的な会合が減少し活動していないため
麺類	大 阪	最近では身体の調子が良くないため
中華	岩 手	家族労働であり参加できない
中華	群 馬	営業上支障があるため
中華	大 阪	休みの関係で
中華	兵 庫	年1回の総会へは、なるべく参加している
すし	青 森	組織として進歩が無いから参加する気にならない
すし	山 形	時間的余裕がない
すし	山 形	時間的余裕がない
すし	福 島	店が忙しい
すし	埼 玉	店を空けられないため
すし	千 葉	自分の店の経営で手一杯である
すし	岡 山	個人営業のため店を空けられない
すし	宮 崎	従業員がいないので店を空けられず、組合活動にとれる時間がない
料理	岩 手	従業員（調理師1名のみ）の関係で店を抜けることが難しい
料理	山 形	時間的余裕がない
料理	東 京	地域の団体の役員としての活動が優先される
料理	東 京	土日での行事が少ない
料理	新 潟	特に積極的に関わる理由がないため
料理	新 潟	活動の内容があまり分からないため
料理	静 岡	店主自身が店に出ているため、なかなか時間がとれない
料理	大 阪	営業時間の関係で
料理	広 島	総会等は、仕事を抜けて行く機会が作りにくい
料理	徳 島	組合に加入して日が浅いため
料理	徳 島	子供の養育があり多忙のため
喫茶	岩 手	仕事の関係で持場を離れることができない
喫茶	埼 玉	仕事の都合で参加できないことが多い
喫茶	埼 玉	人手不足から参加できないことが多い
喫茶	東 京	営業が忙しく時間がなかなかとれないため
喫茶	兵 庫	商売が忙しい
喫茶	兵 庫	時間がない

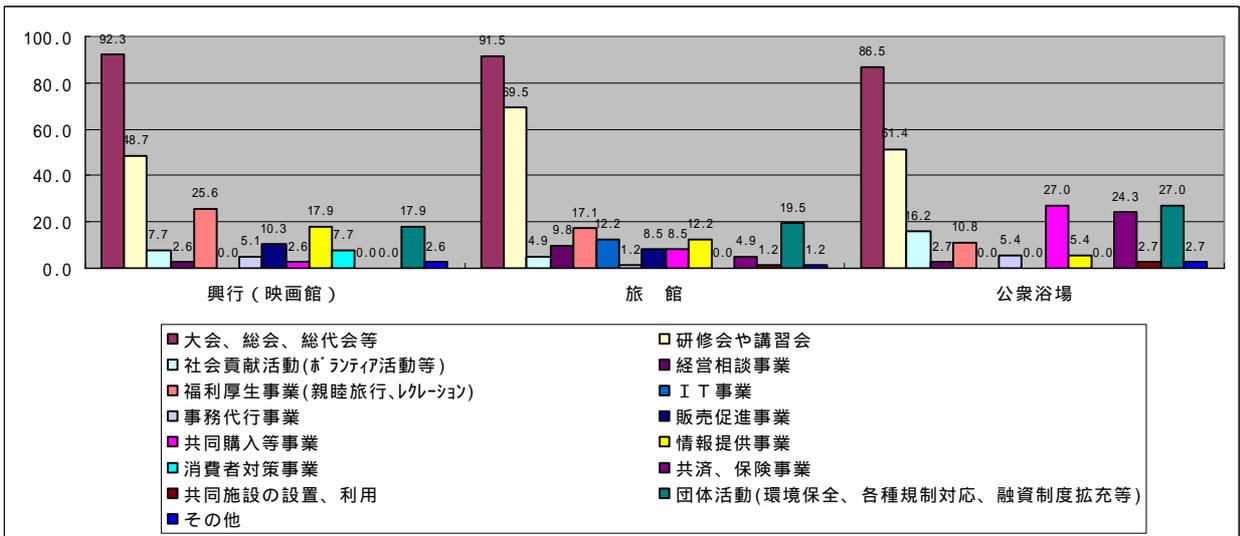
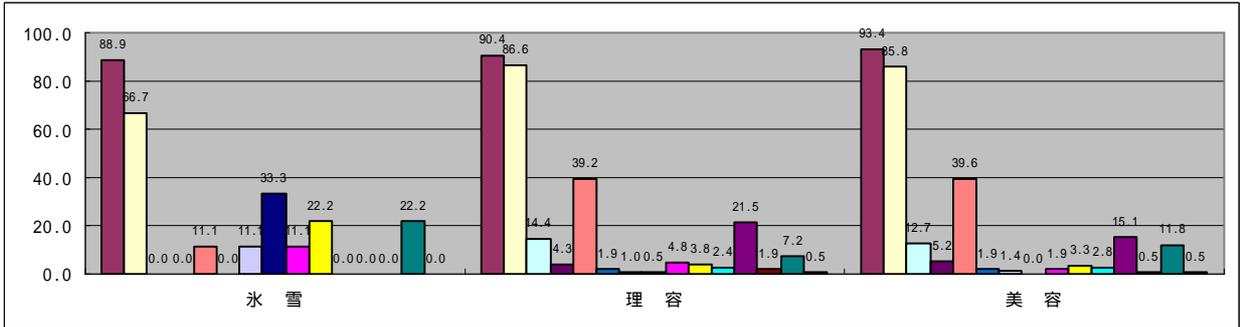
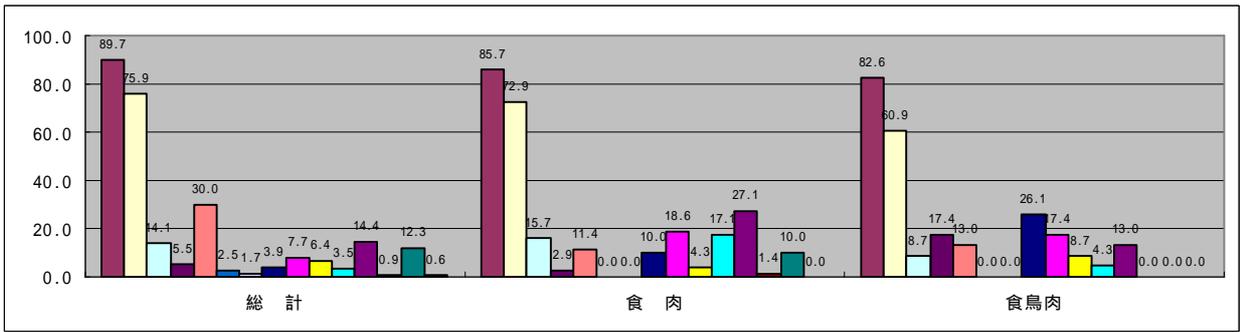
組 合	都道府県	組合活動への不参加理由（「あまり参加していない」理由等）
喫茶	鳥 取	時間がない
喫茶	鳥 取	雑用が多くて時間調整が出来にくい
喫茶	岡 山	仕事が忙しく参加できない
喫茶	岡 山	人手不足でなかなかお店を離れることができない
喫茶	大 分	自分から進んで活動に参加するほどのメリットを感じていない
喫茶	鹿児島	時間がつくれない
社交	福 島	人手不足
社交	埼 玉	組合活動の時間帯により参加できないことが多い
社交	石 川	時間が合わない
社交	岐 阜	総会くらいで、どうしても参加しなければならないことが今までなかったから
社交	広 島	忙しい
社交	広 島	多忙なため
社交	大 分	組合の活動に時間をとられたくない
飲食	群 馬	営業に支障がでる
飲食	東 京	日程等が合わず、忙しくて行けなかった
飲食	岐 阜	地域部長に任せてあるため
飲食	兵 庫	人手不足、多忙
飲食	兵 庫	個人経営のため暇がない
飲食	兵 庫	時間があわない
飲食	和歌山	人出がないため時間がとれない
飲食	鳥 取	時間の余裕がない
飲食	岡 山	営業の都合上、全部の行事に参加は無理
飲食	佐 賀	商売で忙しい
飲食	大 分	忙しい中、取って時間をさいて参加するほどの活動メリットを感じないため
飲食	宮 崎	日曜日は営業なので、日曜日の行事には参加出来ない
飲食	鹿児島	特に理由はないが今後、出来るだけ参加したいと思っている
食肉	青 森	組合自体活動していると思えない
食肉	宮 城	従業員もいないので自分が出て行けない
食肉	埼 玉	家族2人で営業しているため、店を空けられない
食肉	京 都	忙しい
食肉	大 分	参加に魅力を感じるような行事が少ない
食鳥肉	埼 玉	仕事の都合で、参加できないことが多い
食鳥肉	静 岡	どちらかというと無関心
食鳥肉	大 阪	忙しいため
食鳥肉	岡 山	年齢的なものもあり参加していない
食鳥肉	岡 山	高齢でもありなかなか参加できない
食鳥肉	広 島	時間的都合
食鳥肉	広 島	日程的な都合

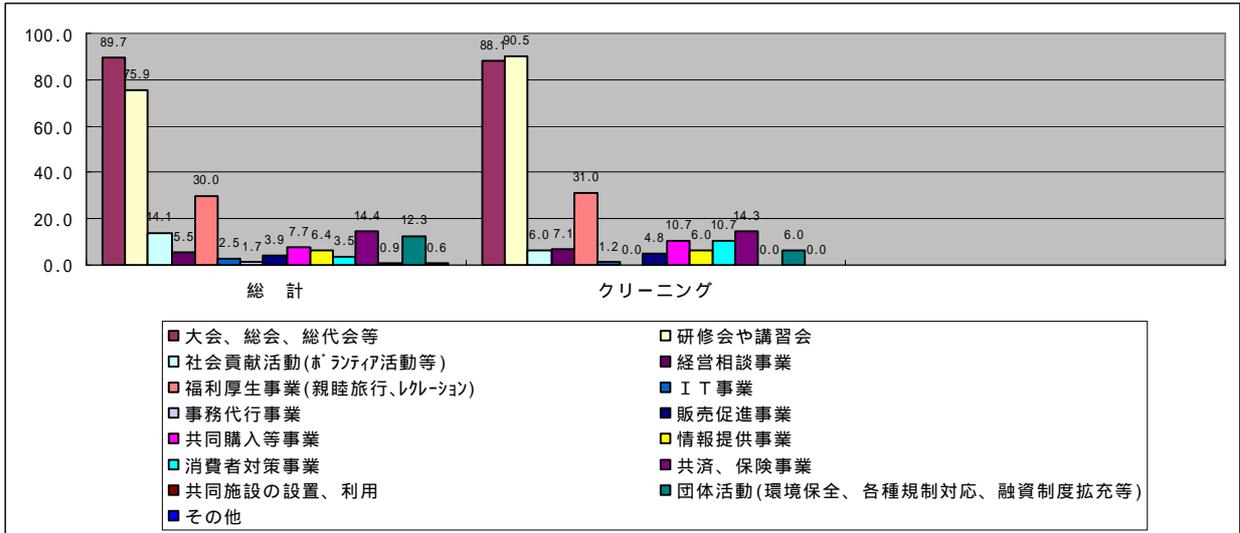
組合	都道府県	組合活動への不参加理由（「あまり参加していない」理由等）
理容	青森	役員等組合上層部は型にはまった考え方なので魅力を感じない
理容	青森	同年齢の人が少なく、組合自体にも魅力を感じない
理容	栃木	忙しいため休日も子供を優先している
理容	石川	私的等で忙しい
理容	岐阜	日程が合わないため
理容	愛知	役員だからしつこい(自店の事で)
理容	大阪	忙しいため
理容	岡山	仕事の都合で参加できない
理容	広島	同業より得るものが少ない
理容	徳島	特定の人しか参加していないため
理容	佐賀	時間がとれない。
美容	青森	仕事で参加できない
美容	山形	時間的余裕がない
美容	栃木	仕事が忙しく時間が合わない
美容	埼玉	店を空けることが難しい。
美容	山梨	営業が多忙で組合活動まで手が回らない
美容	鳥取	忙しいから
美容	岡山	他の講習と日がダブって行けないから
美容	岡山	役員をおりて、少しのんびり過ごしているため
美容	長崎	自店の営業等で手一杯である
旅館	千葉	事業主及び担当者ともに忙しい
旅館	鳥取	関心がない
旅館	鳥取	いそがしい
浴場	青森	個人的に仕事が忙しく参加できない
浴場	埼玉	定休日以外の日への参加は、ほとんどできないため
浴場	静岡	老齢のため
浴場	三重	兼業のため時間的制約が多い
浴場	滋賀	時間がないため
浴場	岡山	時間に余裕がない
クリーニング	栃木	たまに参加しているが、講習会等はおもしろくない
クリーニング	千葉	日曜に行事が多い。日曜営業の為
クリーニング	大阪	多忙であるため

組 合	都道府県	組合活動への不参加理由（全く参加していない理由等）
麺類	兵 庫	店の営業時間とかさなるため
中華	千 葉	活動内容がよくわからない。休みが合わない。立派な方たちばかりで個人で参加するのに気がひける。
すし	鳥 取	仕事がつかえる
料理	島 根	活動がよく分からない
喫茶	岩 手	常に現場にいる関係で時間が取れない
喫茶	三 重	連絡がない
喫茶	三 重	連絡、情報がない
社交	山 形	時間が取れない
社交	富 山	中味がない
社交	鳥 取	なんとなく
社交	岡 山	仕事に追われなかなか参加できない
社交	宮 崎	一人で営業しているため店を閉める訳にはいかない
飲食	兵 庫	調理担当が自分自身なので店を離れられないため
飲食	鳥 取	役員のみ盛り上がる為、参加しても意味がない
飲食	岡 山	定休日（木）のみなので、動きがとれない。営業日は休憩時間無しなので動けない。
飲食	岡 山	営業に専念しているため
飲食	鹿児島	事業の方が忙しいため、時間がとれない
飲食	鹿児島	営業時間と活動時間が重なるため
美容	宮 城	年齢的に後進に席を譲るため
クリーニング	山 形	世代交替したため
クリーニング	長 崎	仕事上どうしても都合がつかない

参加している組合活動の内容（複数回答） [n=1,142]



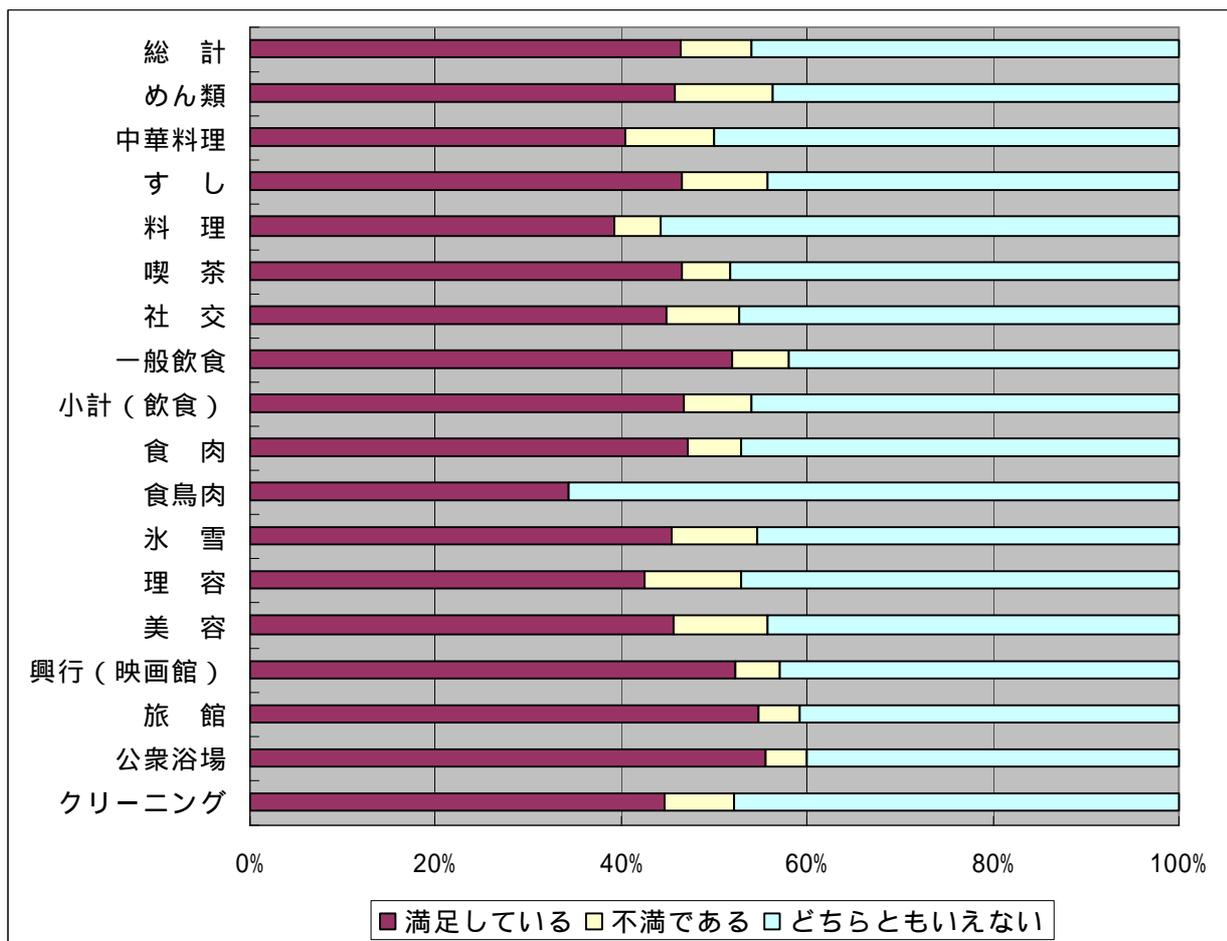




- ✓ 参加している組合活動の内容については、「大会、総会、総代会等」が89.7%、「研究会や講習会」が75.9%と高かった。
- ✓ 「福利厚生事業（親睦旅行、レクレーション）」は社交36.7%、一般飲食41.9%、理容39.2%、美容39.6%と全体比率（30.0%）より高かった。

組合	都道府県	参加している組合活動の内容(その他の理由等)
飲食	大阪	青年部活動
理容	山形	青年部活動
美容	広島	青年部会計
浴場	宮城	組合の代表として活動貢献している

現在の組合の活動について [ n=1,420 ]

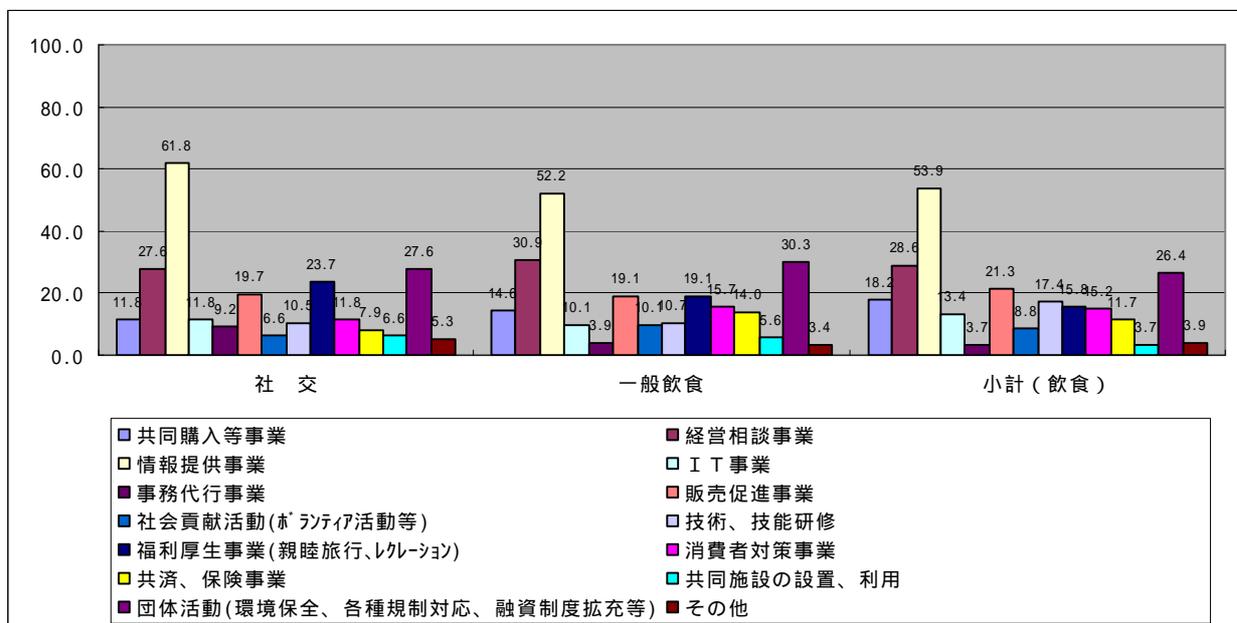
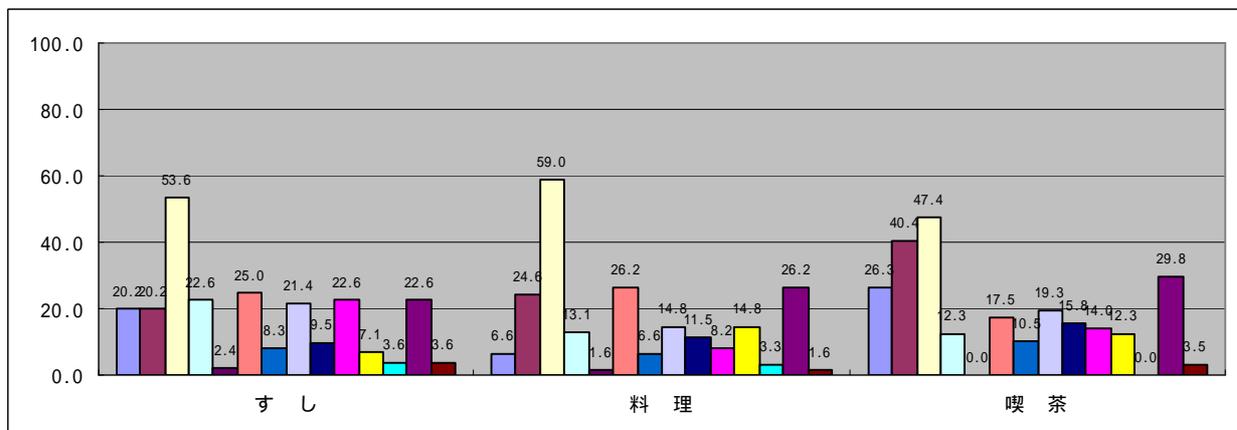
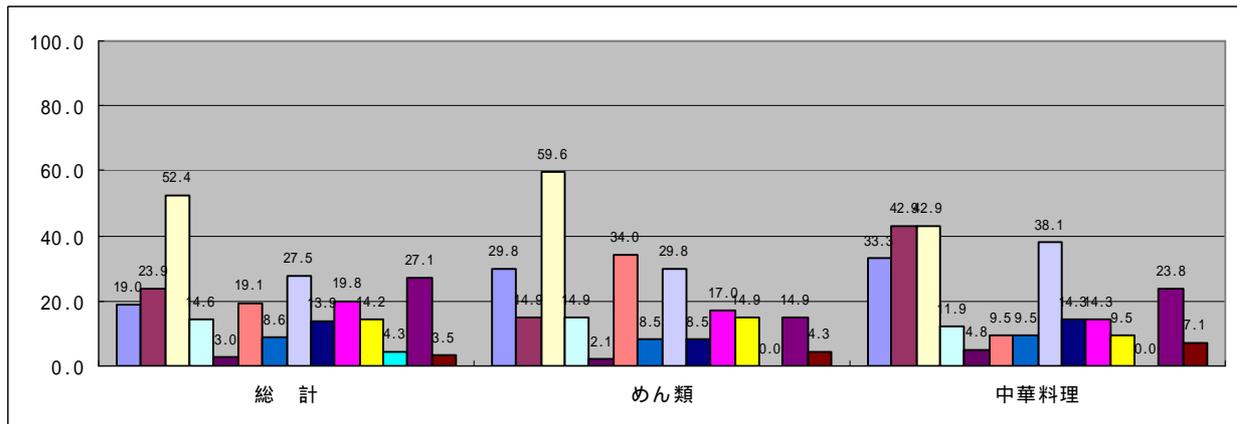


- ✓ 現在の組合活動については「満足している」が46.4%あるものの、「どちらともいえない」が45.9%。「不満である」が7.7%で、満足していない割合が過半数を超えた。

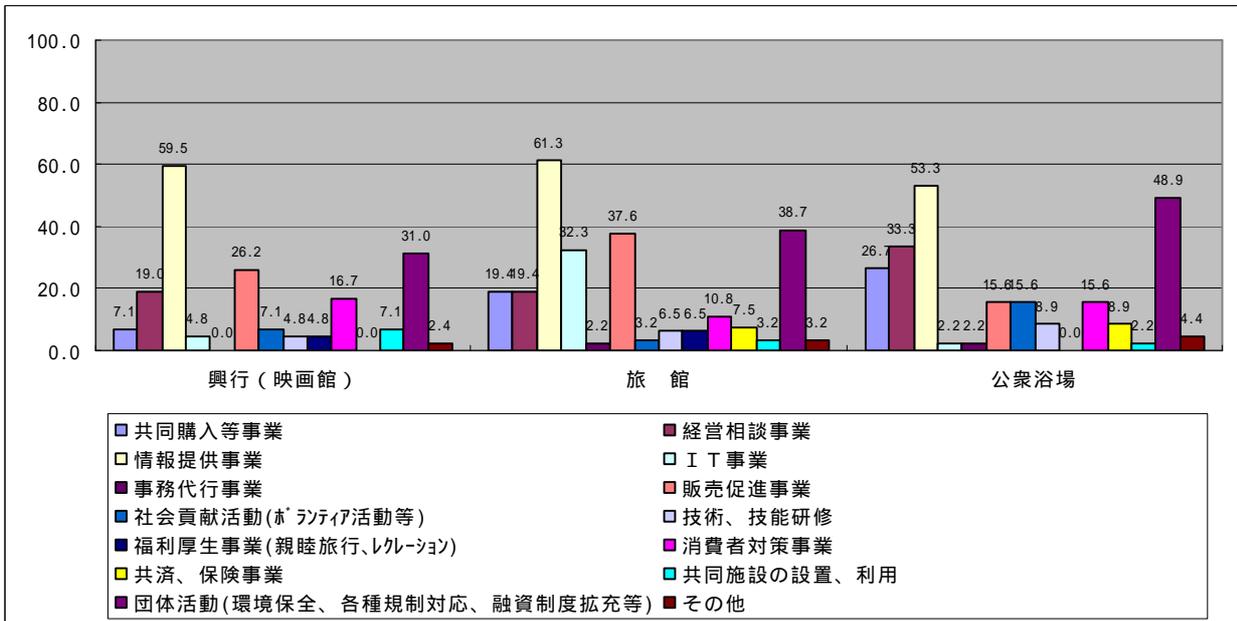
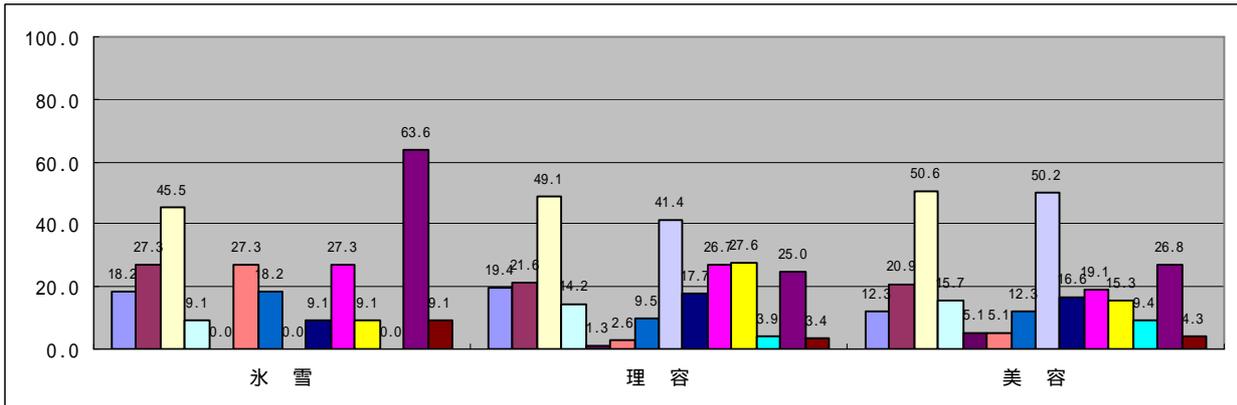
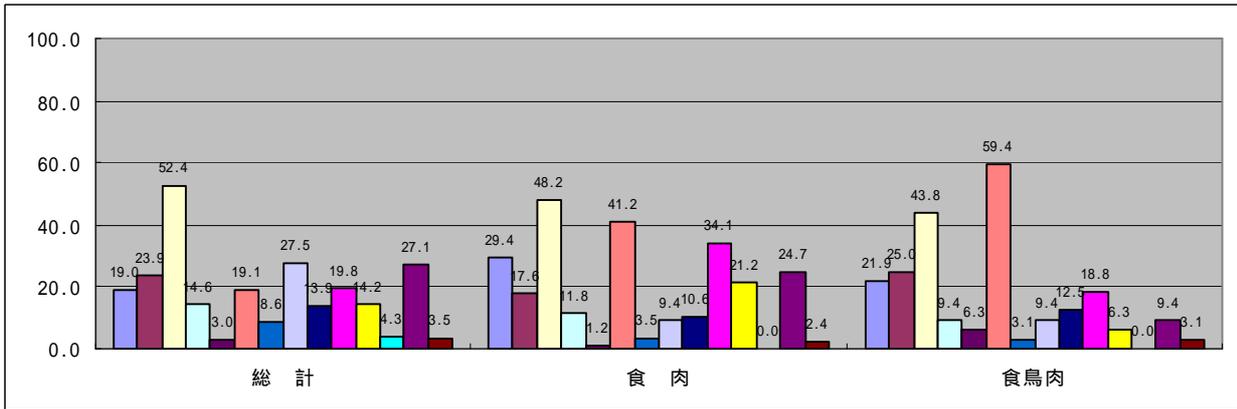
組 合	都道府県	現在の組合活動に不満である理由
麺類	埼 玉	対外的な会議等、自店の営業時間中に開催されるため、店の営業を犠牲にしなければならない。
麺類	千 葉	一般組合員の参加する機会が少ない
麺類	東 京	組合員に直接的に還元されるような事業活動が少なく、組合員であるメリットをあまり感じない
中華	東 京	組合活動が形骸化の傾向にある 組合活動の方針が組合員の末端までいきわたらない
中華	愛 知	運営方法、考え方の孤立、矛盾
すし	青 森	発展的な考え方が無い
すし	福 島	低調である
すし	茨 城	組合員の減少
すし	群 馬	活動がない
すし	東 京	組合員の減少が残念である
すし	愛 媛	組合の動きがわからない
料理	青 森	一部の役員だけで活動し、一般の組合員は分からない
料理	東 京	参加しにくい行事がある
料理	東 京	地域とのつながり、面でも少し何か考えられないか
喫茶	三 重	活動内容がよくわからない。
社交	京 都	地域的になかなか一体化できない
社交	兵 庫	組合費が高すぎる
飲食	石 川	景気低迷の今こそ組合員にメリット、活気を生かせる組合活動をしないと、いけない
飲食	石 川	参加価値の向上をお願いする
飲食	岐 阜	会費に見合う活動が少ない
飲食	兵 庫	メリットが少ない
飲食	鳥 取	我々にメリットがない
飲食	愛 媛	活気がない。組合員にもっと前向きになってもらえるよう創意工夫が必要
食肉	宮 城	有意義な活動をしているとは思えない
食肉	宮 城	小売店保護を考えていない
食肉	宮 崎	同業者間の情報交換や交流がない
冰雪	東 京	組合員の減少
理容	青 森	もっと柔軟な考え方で組合活動をして欲しい
理容	青 森	定休日や営業時間等の規制をしないで欲しい
理容	岩 手	毎年変化がない
理容	栃 木	末端の組合員には知らされていない情報も多数ある
理容	埼 玉	衛生、営業支援の勉強会などの充実強化
理容	新 潟	もっとお客様にアピールして欲しい
理容	富 山	大型店の進出について、どう考えているか
理容	山 梨	組合員の意識改革の必要性

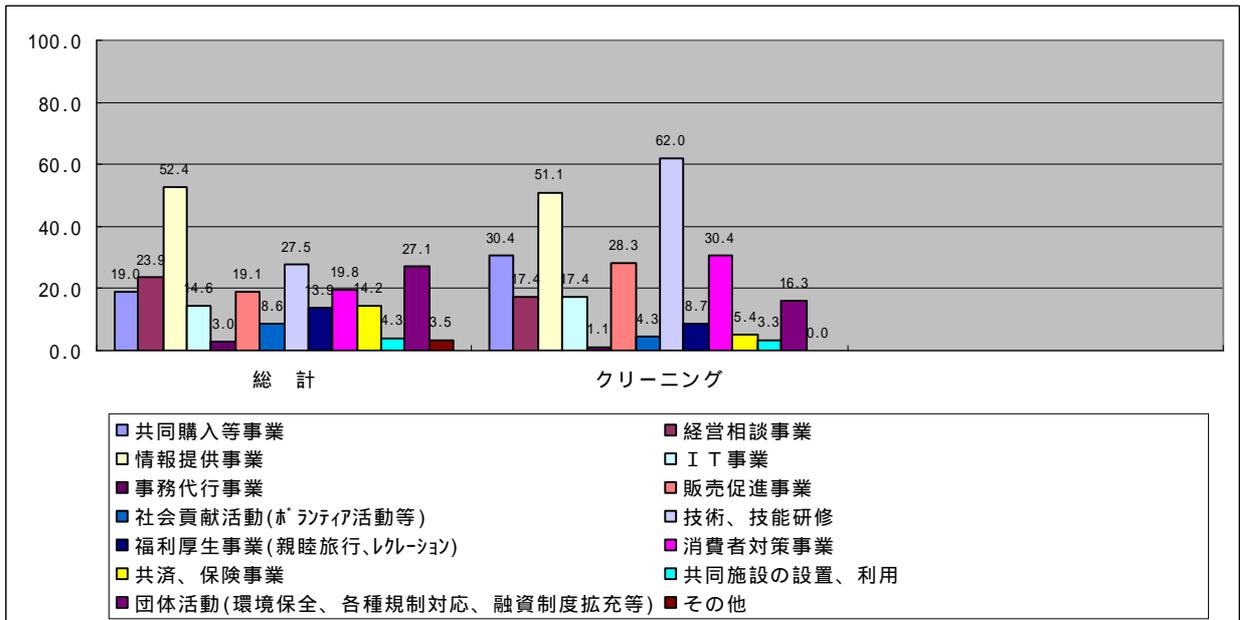
組 合	都道府県	現在の組合活動に不満である理由
理容	愛 知	もう少し自由でもよい
理容	愛 知	組合活動が多すぎる
理容	三 重	末端の意見が取り入れにくい
理容	兵 庫	長い間役員もやっていたが、変化もなく自身の高齢化もあって辞任した
理容	和歌山	一般組合員の意識
理容	鳥 取	不況による減収で会員脱会者が増えているのに、マンネリ化
理容	愛 媛	全員にいきわたらない
理容	大 分	組合員をつなぎとめるための十分な活動ができていない
美容	青 森	組合の存在、事業をもっとアピールするべきだ
美容	青 森	組合員が魅力を感じる組合活動をしていない
美容	岩 手	意思の疎通不足である
美容	神奈川	社会貢献とはいえ、無償のボランティア活動が多く、次世代を担う若手の動員ができない
美容	山 梨	加入メリットが感じられない
美容	滋 賀	同年代の組合員がいないので話が合わない
美容	京 都	教育(技術)、厚生等、参加費をもっと安く
美容	兵 庫	技術者としての講習のみならず、税務 経営に関する事項等経営者としての講習の2本立てを希望する。
美容	広 島	10年後、20年後をもっと考えた今を実行してほしい
美容	広 島	会員数が年々減っている
美容	広 島	高度な組合事業をしてもらいたい
美容	福 岡	組合未加入者が多く、組合をよく理解してもらってないことに不満である
美容	鹿児島	若者に対する育成のための事業が少なすぎる。(例:コンテストへアーショー等全くないとのこと)
興行	福 島	末端会員の危機感を汲み取りきれてないため効果的なことを打ち出せない
旅館	青 森	組合幹部の世代交代が進まず、現代にフィットした施策が無い
浴場	青 森	組合のあり方が時代にそぐわない
浴場	宮 城	組合員の減少、廃業が多い。行政の対応が不満
クリーニング	東 京	役員が高齢化しており 若手経営者とのバランスを欠いている
クリーニング	新 潟	うまく活用できない。年配者が消極的
クリーニング	島 根	活動力が低下し、団結力が低下
クリーニング	愛 媛	活動が全員参加には程遠い状況で、一部の組合員に限られている点が不満
クリーニング	福 岡	協力者が少ない

今後、組合に力を入れてもらいたい事業及び期待する事業（複数回答） [n=1,412]



- 共同購入等事業
- 情報提供事業
- 事務代行事業
- 社会貢献活動(ボランティア活動等)
- 福利厚生事業(親睦旅行、レレション)
- 共済、保険事業
- 団体活動(環境保全、各種規制対応、融資制度拡充等)
- 経営相談事業
- IT事業
- 販売促進事業
- 技術、技能研修
- 消費者対策事業
- 共同施設の設置、利用
- その他

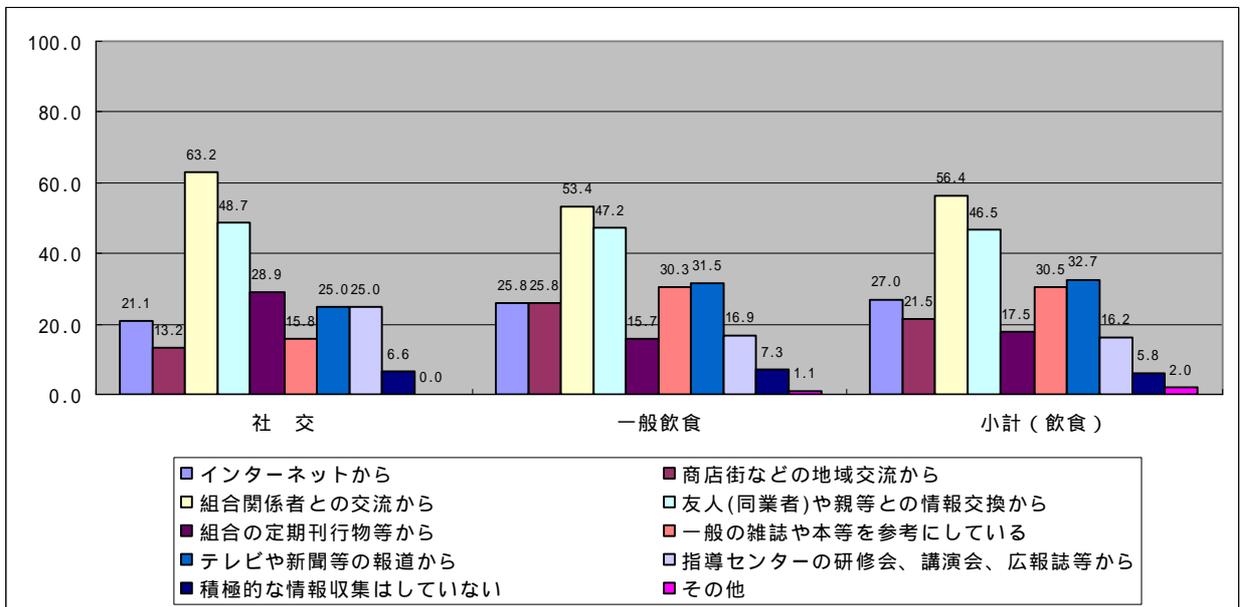
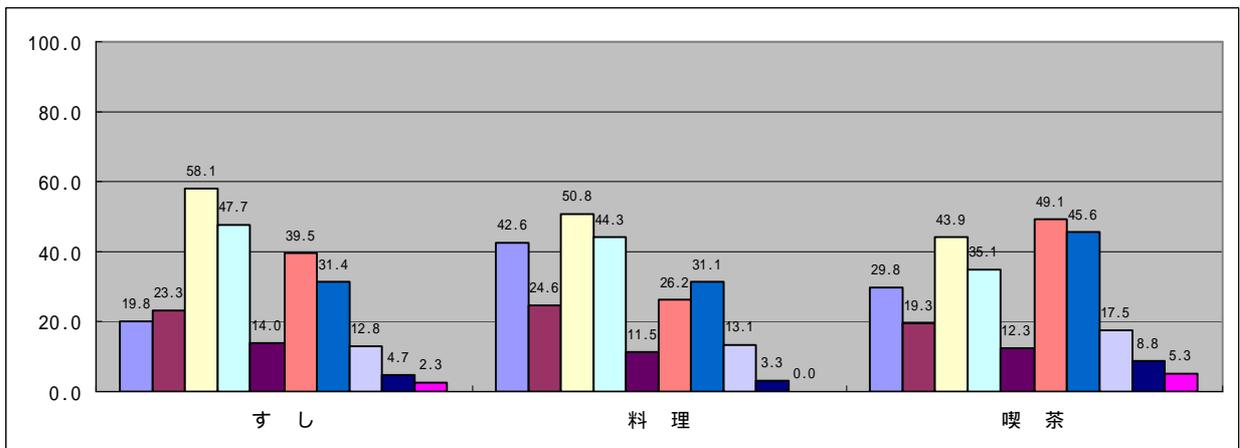
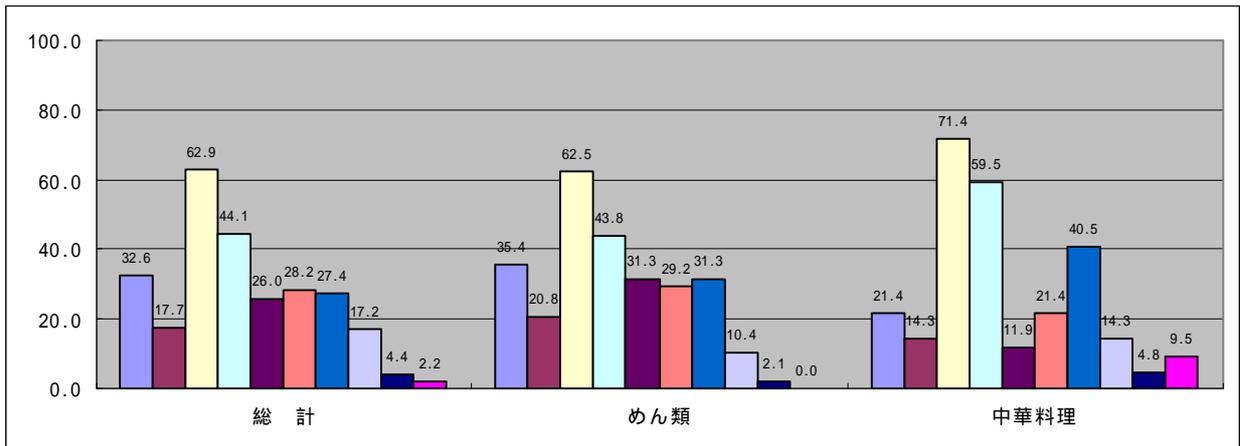




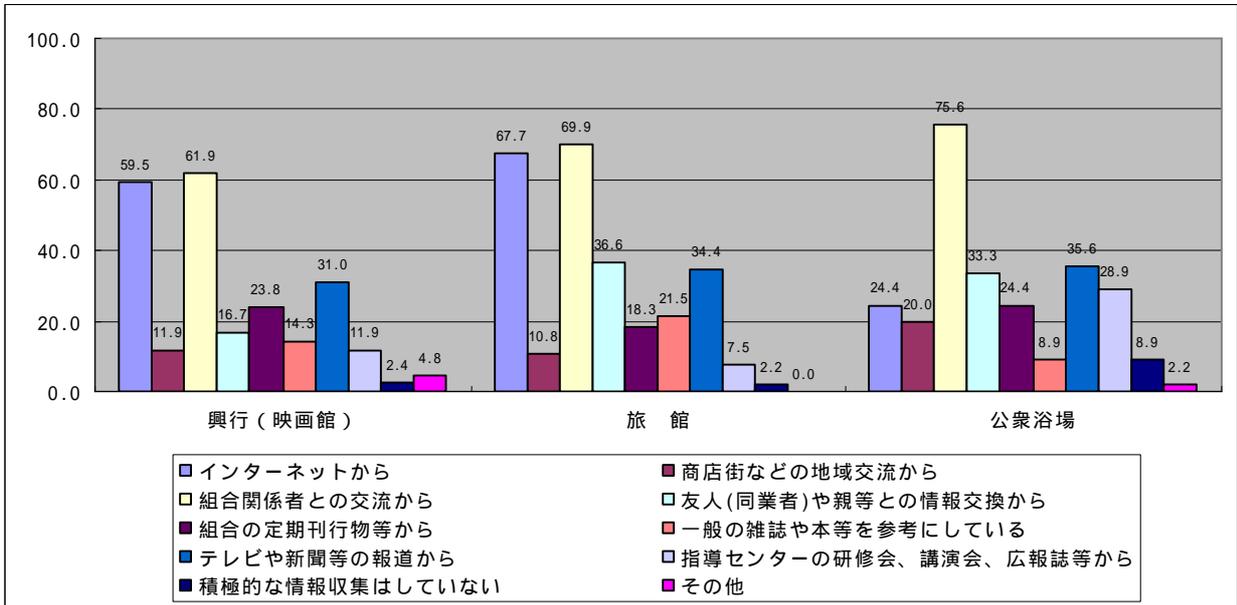
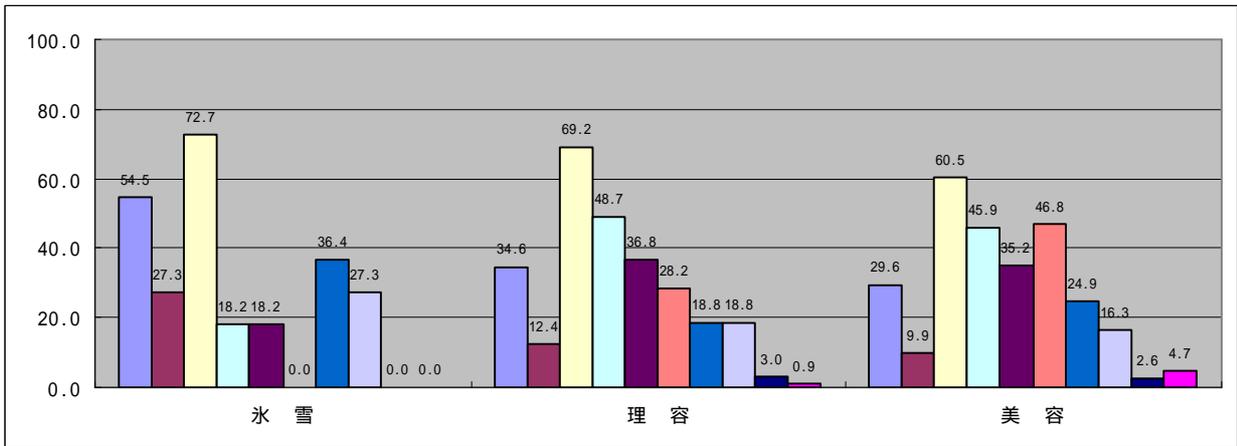
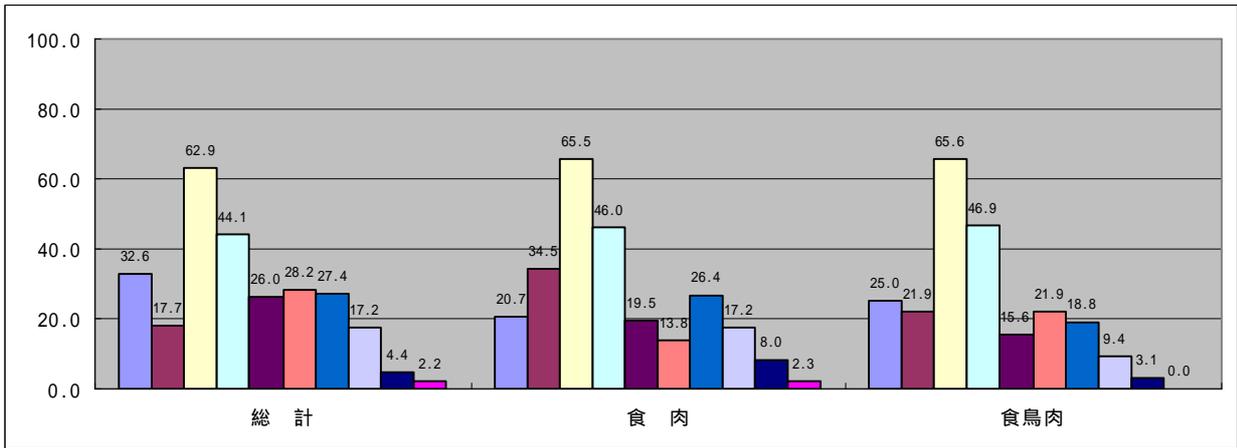
- ✓ 今後、組合に力をいれてもらいたい事業及び期待する事業については、全体的に「情報提供事業」が52.4%と高かった。
- ✓ それ以外の業種は、「販売促進事業」が食鳥肉59.4%、食肉41.2%、旅館37.6%と全体比率(19.1%)を大きく上回っている。
- ✓ また、「技術、技能、研修」ではクリーニング62.0%、美容50.2%、理容41.4%と全体比率(27.5%)を大きく上回っている。
- ✓ さらには、「団体活動」で冰雪63.6%が全体比率(27.1%)を大きく上回っている。

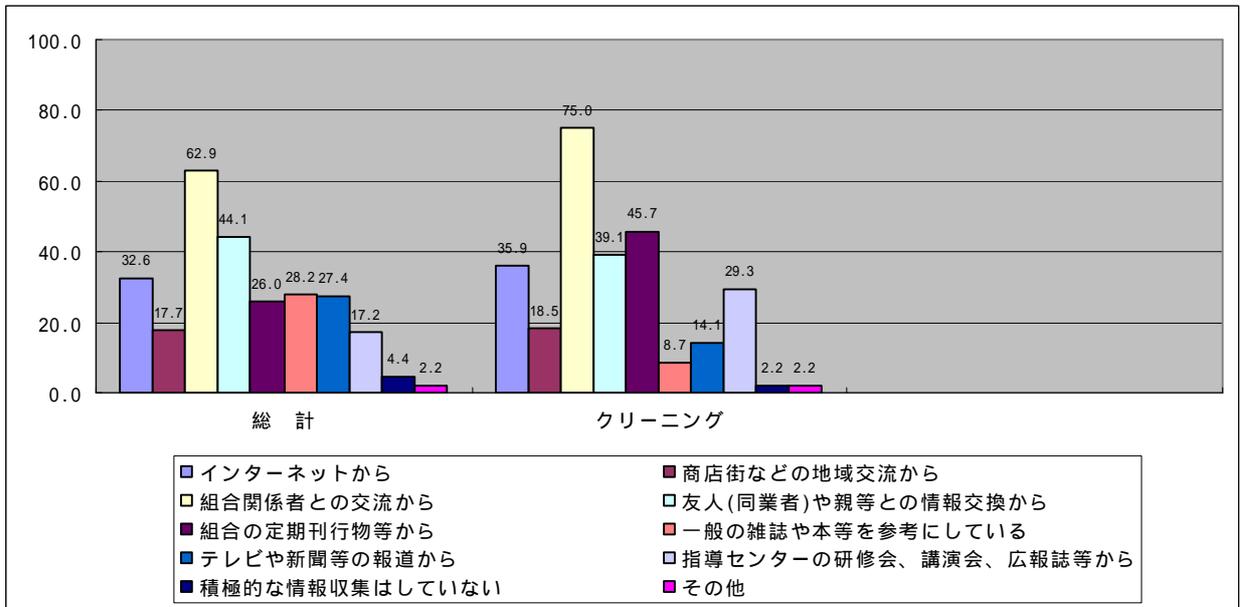
組 合	都道府県	今後、組合に力を入れてもらいたい事業、期待する事業 (その他の理由等)
麺類	静 岡	組合員を増やす施策
中華	福 島	活発な活動
中華	兵 庫	民主商工会的な申告、税活動
すし	茨 城	数少ない若い者に対する福利厚生、勉強会等
すし	群 馬	勉強会の場所(水道設備等の条件に合う会場)が無い。借用料が高い
すし	静 岡	地産地消事業
料理	東 京	組織のあり方自体をもう少し考えるべき。地域と繋がるようなものになるべき
喫茶	三 重	活動内容の連絡を末端までして欲しい
飲食	愛 知	現在のままで良い
理容	福 島	アウトサイダー対策
理容	静 岡	経営者の意識改革、若手 (経営者の息子たち)の育成
理容	愛 知	事業の縮小
美容	福 島	組織の強化
美容	神奈川	組織・管理者研修において
美容	滋 賀	健康保険、年金 (企業年金、保険)が出来ないものか
美容	奈 良	健康保険組合の設置
美容	島 根	社会保険と的をえた技術講習
美容	広 島	法規制と法改正
旅館	静 岡	外国人の受入、誘客対策
浴場	鳥 取	銭湯のPR

営業上必要な情報の入手方法（複数回答） [n=1,417]



- インターネットから
- 組合関係者との交流から
- 組合の定期刊物等から
- テレビや新聞等の報道から
- 積極的な情報収集はしていない
- 商店街などの地域交流から
- 友人(同業者)や親等との情報交換から
- 一般の雑誌や本等を参考に行っている
- 指導センターの研修会、講演会、広報誌等から
- その他





- ✓ 営業上必要な情報の入手方法については、全体では「組合関係者との交流から」62.9%、「友人（同業者）や親等との情報交換から」が44.1%と高かった。
- ✓ 飲食業は、やはり「組合関係者との交流から」56.4%、「友人（同業者）や親等との情報交換から」が46.5%が高かった。
- ✓ それ以外の業種は、「組合関係者との交流から」の比率は、全体平均と同じく高いが、「友人（同業者）や親等との情報交換から」の比率は全体平均より低い業種が多かった。特に興行16.7%、冰雪18.2%が目立った。
- ✓ また、「インターネットから」が旅館67.7%、興行59.5%、冰雪54.5%と、全体平均（32.6%）を大きく上回った。

組 合	都道府県	営業上必要な情報の入手方法 (その他の理由等)
中華	千 葉	セミナー
中華	千 葉	保健所の店舗検査のみ組合より知らせてくれる
喫茶	山 形	お客からの情報
喫茶	広 島	仕入れ先から
食肉	宮 城	自己研修による営業
食肉	山 形	食肉界 (月刊誌及び新聞)
理容	長 崎	他の勉強会
美容	東 京	材料商、メーカー
美容	新 潟	ディーラー
美容	山 梨	経営コンサルタント
美容	大 阪	加入している研修会
美容	島 根	他の活動団体から
美容	長 崎	行動力
美容	鹿児島	材料屋さんなどから
興行	愛 知	業務の提携先より
クリーニング	鳥 取	業界紙
クリーニング	広 島	業界紙から

## 組合についての意見、提案、要望

組合	都道府県	組合についての意見等
麺類	宮 城	難しい時代、情報交換をきめ細かに進めてほしい。
麺類	栃 木	自家製粉の全ての工程の機械を設備するのが大変なので、一部でよいから組合でそろえてほしい。
麺類	埼 玉	組合員の減少対策の活動の強化。組合員とアウトサイダーとの差別化（例えば、営業許可の年数に差を付ける、税務調査、法人税などの優遇など・・・）
麺類	千 葉	組合の情報が一般組合員に回るのが遅い
麺類	東 京	組合費、臨時徴収の収支を明朗にすべく、ホームページ、組合での常時閲覧等の方法で開示し、信頼性の担保を確実なものにすべきである。
麺類	静 岡	組合員の減少に歯止めをかけること
麺類	三 重	販売促進のための事業を強化してほしい
中華	福 島	予算をとって組織の強化
中華	福 島	活気のある活動、しっかりしたリーダーがほしい
中華	栃 木	経済的にメリットのある事業や共同購買事業にもっと力をいれてほしい
中華	千 葉	閉鎖的な商習慣や取引をなくし、広く有利な情報開示
中華	千 葉	組合費用に見合った情報提供をして欲しい
中華	東 京	非組合員の加入促進を保健所に協力要請すべきである
中華	東 京	組合員のメリットとなる組合活動を策定し、全組合員への周知を図ること 組合員の減少傾向が進む状況下で、飲食関係の組合の再編を検討すべき
中華	愛 知	組合員が積極性に欠ける
中華	愛 知	改革しなければ存続が困難になるのでは？
中華	大 阪	酒値上げ、飲酒対策などに対し、方策があれば出してほしい。
すし	青 森	定款上、組合員には営業者しかねないが、従事している人たちも加入できるようにすれば新しい考えや発想を取り入れることができると思う
すし	岩 手	組合加入メリットの開示
すし	福 島	情報提供
すし	群 馬	「すしの日」のイベントに工夫。ホームページの作成に力を入れて欲しい
すし	千 葉	組合員数の減少による力不足(最高の時の半分) 売上の減少など気力なさなどで組合も個人も前方が見えない現状から何をするか目標が定められなく努力もできない。
すし	東 京	組合への強制加入（非組合員に対して） 税制や衛生管理面、行政上、組合員と非組合員の間で何らかの格差をつける
すし	東 京	非組合員より、色々な面で有利になるような組合に発展させたい
すし	新 潟	様々な意見のある中いかにまとめ、組合店の活性化を図りたい
すし	石 川	組合員の減少対策、インターネットの活用講習会の開催
すし	山 梨	互助制度の一層の充実
すし	静 岡	青年部の活用による組合活動の活性化と組合加入の促進
すし	愛 知	組合員の高齢化対策を考える時がきている
すし	三 重	まとまりがない
すし	広 島	会費の使い道の明記

組合	都道府県	組合についての意見等
すし	熊本	組合加入について具体的な行動を起こすこと
料理	青森	何もしない組合は組合員が辞めていく。経営指導等に力をいれて廃業する店の減少、歯止めになるような組合事業を望む。
料理	宮城	組合本来の活動が積極的でない
料理	茨城	役員の方が、もっと率先して組合員を増やす考えでないといけない
料理	東京	名称を考える。組合」でなく
料理	石川	もう少し活発に
料理	京都	色々話し合っている
料理	熊本	イベントの開催について詳細な打合せ
喫茶	秋田	組合からの情報が少ないのでもっと流してほして
喫茶	茨城	大手飲食業の寡占化に対抗するためにも、情報収集・共同購入事業を進めていただきたい。
喫茶	東京	小企業は苦戦している所が多い。もっと経営改善等に有益な情報の提供を
喫茶	石川	経営相談事業、情報提供事業等に力を入れて欲しい
喫茶	鳥取	地域単位の営業の方向の提案、話し合いを願う
喫茶	広島	加入者を増やすこと
喫茶	広島	きめ細かいアドバイスを
社交	神奈川	今後も事業の充実に期待する
社交	石川	もっと経営、営業についての相談会、勉強会を開催して欲しい
社交	京都	郡部の人たちも参加したり活動したりしやすい取組みを
社交	福岡	役員の質(人数)若手の育成
社交	鹿児島	決算時期、収支報告書の公開
飲食	岩手	個性が売り物の人達の集団であるだけで、強いリーダーシップを保持して貰いたい
飲食	群馬	組合の組織率を上げて非会員にも公衆衛生の意識を持って欲しい
飲食	石川	組合員でなくても、調理師免許がなくても営業が簡単に出来てしまう今の状況を行政等につけあいながら、もう少し縛りがあった方がいいと思う
飲食	静岡	組合ばなれ対策としての活動
飲食	京都	役職についている人は大変だが、これからも組合員のために頑張ってもらいたい
飲食	京都	低金利融資を続けてほしい
飲食	京都	無利息の融資希望
飲食	兵庫	組合費が高すぎるのももう少し安くして欲しい
飲食	奈良	新規加入者を増やす為に何をするか
飲食	奈良	組合を活性化(組合員の増強)させたい
飲食	和歌山	技術講習会の実施
飲食	和歌山	積極的な活動を望む
飲食	鳥根	組合員の加入促進
飲食	岡山	飲食組合には、喫茶もあればスナックもある。いつも料理店に対しての得な事業ばかりで外の業種には何のメリットも無い。全飲食業に向けての情報・事業等をまんべんなく行って欲しい。
飲食	広島	他の組合、官公庁との接点を増やす

組合	都道府県	組合についての意見等
飲食	愛媛	組合員の減少を食い止めるような対策の実施を望む
飲食	愛媛	他の組合との交流を望む
飲食	福岡	組合員離れの対策をなんとか考えてほしい
飲食	福岡	組合のPRをもっと積極的に行えるようセンターで助成してほしい
飲食	長崎	各店舗を廻って現状を把握すること
飲食	大分	親睦活動中心になりがちなので、もっと組合員が自店の経営にメリットを感じるような経営情報提供や業界等を守るための団体活動等にもっと取り組むべきである。
飲食	沖縄	加入促進の為のメリット
飲食	沖縄	もっと活用したい。地域貢献活動
食肉	宮城	必要とする情報をタイムリーに発信してほしい
食肉	静岡	青年部活動に対する支援の強化
食肉	愛知	全肉連からの情報が末端まで届かない
食肉	三重	適切な情報交換の必要
食肉	和歌山	共同購入事業の再開
食肉	和歌山	経営指導、組合員の質的向上
食肉	福岡	がんばります
食肉	宮崎	情報提供、共同購入や経営相談等の活動を積極的に実践してほしい
氷雪	東京	組合員の意識向上
理容	青森	アウトサイダー対策をして欲しい
理容	青森	技術的な講習も必要だが、経営全般の講習、セミナー等を開催してほしい
理容	青森	末端の組合員が参加したいと思うような事業を打出してほしい
理容	岩手	自分・お客様が高齢となることは現実であり健康に関する勉強会の実施
理容	岩手	衛生対策について
理容	岩手	後継者が少ない業種のためか、危機感が薄い感じがする。なぜ組合員が減少しているのか考えて欲しい。
理容	宮城	一般社会で必要なヘアースタイルを取り入れられる技術指導を行ってほしい
理容	福島	アウトサイダー対策
理容	福島	組合が指導力を示してほしい
理容	茨城	組合員の減少の歯止め策を考えていただきたい
理容	茨城	平成20年度の理容全国大会の成功
理容	栃木	支部の役員が情報等を組合員に伝えていない事があり困る
理容	栃木	一部の人だけの活動になっている
理容	群馬	全てではないが一部には自ら営業上、手足を縛ってしまうような活動ないし規範がある。柔軟性のある組織運営は未来に向けて必要なことと思われる。
理容	千葉	低料金店の増大により今後組合はどうなって進んで行くのか心配である
理容	千葉	アウト店対策を(特に低料金について)
理容	千葉	同業者対策の他に、一般の方へのイメージアップをして頂きたい。後継者不足は深刻な問題である。
理容	東京	執行体制が不明解
理容	神奈川	組合員の、組合に対する意識の高揚をもっと徹底させる必要があるのではないか。

組 合	都道府県	組合についての意見等
理容	神奈川	理容業の社会的地位の向上をはかってほしい
理容	新 潟	一般組合員の意見を聞いて欲しい
理容	富 山	各自、あまりにも組合をたよりすぎる。そういう時代ではない
理容	石 川	役員は、役員期間中 3年間をもっと努力すべき
理容	石 川	消費者の目を組合員店に向ける様にPRする
理容	石 川	仕事が終わってからの組合の会合や技術研修の施設が欲しい。会場を探すのに苦労する。
理容	山 梨	組合加入のメリットを明確に
理容	山 梨	組合相互の協力体制の強化
理容	山 梨	協力、提案体制の強化
理容	山 梨	体制の強化
理容	長 野	組合員の減少等、組合の存続について疑問
理容	静 岡	組合加入のメリットが見えるような活動をして欲しい
理容	静 岡	組合員の地位の向上のための活動、組合ばなれ対策としての団体活動
理容	愛 知	異業種のバックマージンを当てにしないこと
理容	愛 知	もっと組合の良い所を一般の人々にも発表してほしい
理容	三 重	消費者対策
理容	三 重	若い人が参加しやすいように
理容	滋 賀	各種の自主規制をゆるめて欲しい
理容	滋 賀	組合事業は何かと物入りな事は理解するが、出来るだけ無駄な出費は防いでもらいたい
理容	兵 庫	若手組合員を増やしていく必要がある
理容	兵 庫	もっと交流を！
理容	和歌山	役員はそれなりに頑張っていると思うが、一般組合員に意識の低い人が多い
理容	和歌山	各種、自主規制の見直し
理容	和歌山	消費者の求めるニーズにいかに対応し、どれだけ取り入れ対処出来るか。若い後継者との意見の融和を図り 組合加入者増へ
理容	鳥 取	規制緩和という中でも少し会員相互のつながりが必要である
理容	鳥 取	低料金対策
理容	鳥 取	会員減少の中、組合事業のあり方や事業の縮小についての検討
理容	島 根	アウト対策に力を入れてほしい
理容	岡 山	料金を下げない。若い人の意見をもっと取り入れる
理容	岡 山	技術、技能研修の強化を図ってほしい
理容	広 島	具体的かつ積極的なアウトサイダー対策
理容	広 島	もっともっと若い理事さんが増えるよう改革すること
理容	徳 島	組合員と非組合員の差が無い。(お客様への上手なPR方法の工夫が必要)
理容	徳 島	アウトサイダー及び組合員離れの対策が不十分
理容	愛 媛	初心に帰って組織の強化に努力してほしい
理容	愛 媛	組合活動の参加者が何時も同じメンバーに偏り広がりがみられない

組合	都道府県	組合についての意見等
理容	愛媛	意見を言わない一般組合員に対する役員リーダーシップの発揮が求められる
理容	福岡	組合員が組合にもっと関心を持ち、かかわるように
理容	福岡	はやく改革すべし
理容	佐賀	若手との交流機会を多く持ってほしい
理容	佐賀	共済の充実を図ってもらいたい。
理容	長崎	役員だけでなく組合員全体で理容業界の発展を考えていくような組織づくりをする
理容	熊本	共同購入の促進
理容	熊本	組合の強化のため情報提供を強化する
理容	大分	組合活動の方向性を明確に出して欲しい
理容	鹿児島	もっと若い経営者の意見をとり入れてほしい
理容	沖縄	他業界にほかれる業界になって欲しい
美容	青森	不透明感をなくして欲しい
美容	青森	組合員としてモラルに反する行為、営業をするものに対して組合が何も言えず歯がゆい。
美容	岩手	文章による表現が出来ないと感じることもある
美容	岩手	組合役員をしていた時は、色々な情報も入り易いが、止めると情報も入りにくい。経営面・技術面等もっと地域単位でのコミュニケーションが必要と思う。小規模店に多方面からのサポートが急務である。
美容	宮城	皆の意見を出し合って若い人に参加してもらい努力が必要
美容	秋田	世代交替がスムーズに行われていけばよいと思う
美容	福島	組織の強化
美容	福島	Sマークをもっとアピールしてほしい
美容	福島	メリットの見える組合活動
美容	茨城	広報活動を強化してほしい
美容	茨城	メリットをもっと明確にしてほしい
美容	群馬	組合員減少の歯止め策として、若手(後継者、従業員)の育成
美容	群馬	時代の変化、消費者ニーズの変化に、現実的にどのように対応していくか
美容	千葉	営業に関する講演などを開いて欲しい
美容	東京	アウト対策の強化
美容	東京	理事等役員の新卒導入、弁護士確保
美容	東京	若い人の技術向上を(着付等)
美容	東京	非組合員に組合のメリットや活動状況を周知し組合員を増やすことを行うべきである。勧誘の専門員を設けることも一考である。
美容	神奈川	40歳代の組合員の参画意識を高める場づくりが必要
美容	神奈川	組合員を増やすことに力を入れてほしい。
美容	新潟	組合に組合員の要望、提案等の意見を聞く答えられることを
美容	富山	HPIにての情報公開
美容	富山	組合員加入促進したほうがよい
美容	山梨	損害保険制度の充実

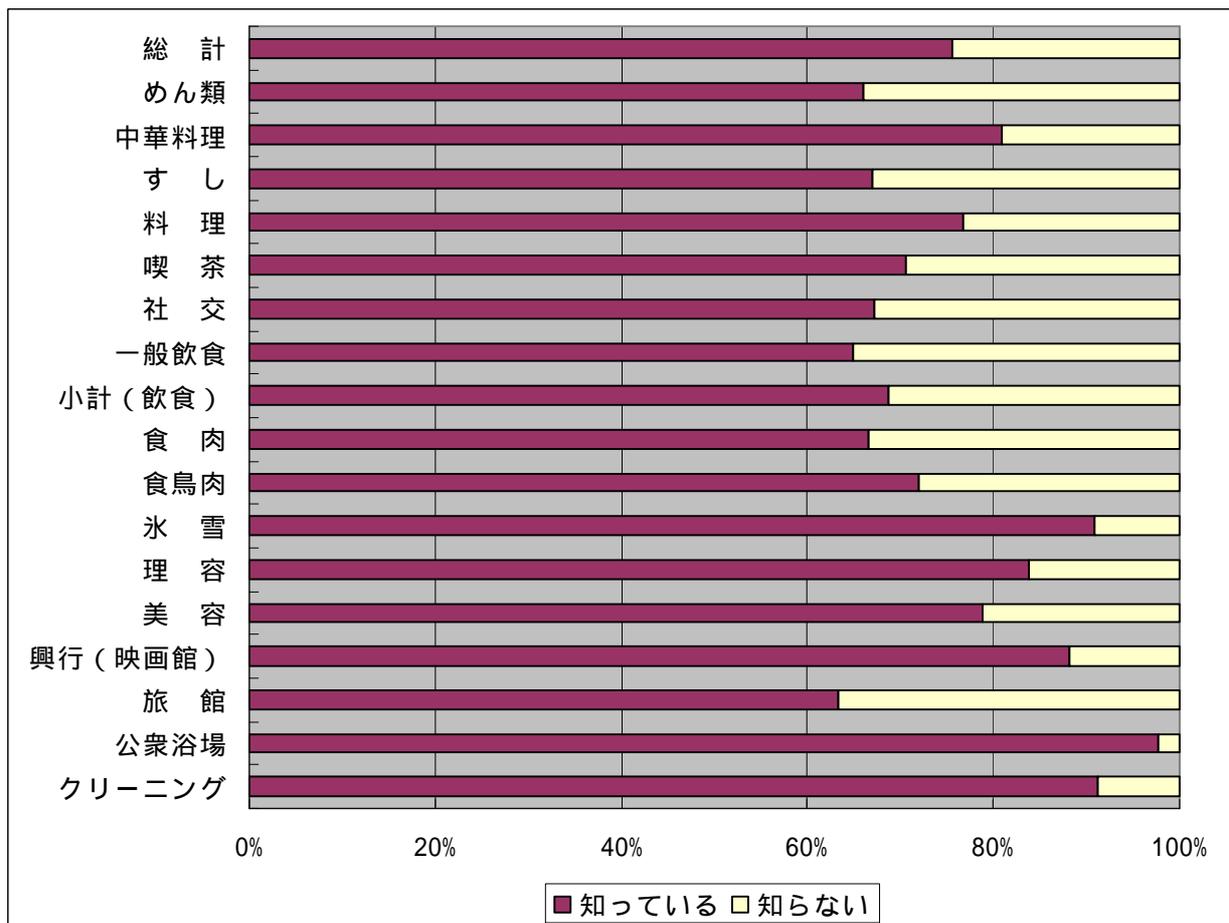
組合	都道府県	組合についての意見等
美容	長野	若い経営者が加入してくれそうな組織作り
美容	長野	組合活動が、ごく一部の役員によって動いている気がするところがある。役員は3期もしたら代わる必要あり
美容	静岡	もっと組合の存在をアピールすること
美容	静岡	美容学校との連携をもっと密にして、かかる情報の提供をして欲しい
美容	三重	他県、他業種との交流をやってほしい
美容	滋賀	加盟店の共通の特典カードを発行するなど、バックアップが必要である
美容	滋賀	非組合員との差別、消費者にとって組合店の利用にての特典。
美容	滋賀	組合として広報誌等頑張っている。講習会等も楽しみにしている。ただ、コンクール離れが目立つ
美容	滋賀	保険、年金制度が出来ないものか。組合に入っていると規制が多くて、入っていない方が規制がない！！
美容	京都	もっとマスコミへ働きかけをし、組合活動のアピールを
美容	京都	組合外部との接触及び利害関係をよりクリアにしてわかり易いように幹部の方が決めたことだけでなく、若い方等からよく意見を聞いて取り入れ理解しやすい空気を作っていく必要がある。
美容	京都	もっと若い経営者が参加できるような活動が必要
美容	大阪	一般社会と同じ位置で動ける業になりたい。考え方が古くて一般社会とかけ離れているように思う
美容	兵庫	組合の活動の内容が一般組合員まで浸透していないのでもっと周知してほしい
美容	兵庫	若手の組合加入の促進をする必要がある。以前は組合に加入していないと「恐い」という印象であったが、組織力の低下が著しく思われる。
美容	兵庫	美容業としての経営者の育成、衛生関係、法律関係の周知
美容	和歌山	横型の交流ができる企画をしてほしい
美容	和歌山	集いとか、交流の機会を多くして欲しい
美容	和歌山	今、具体的にはないが、もう少し組合事業が充実したものに
美容	島根	新規の組合員を増やす努力をし、若い人を役職に登用すべきである。新しいアイデア、発想で運営して欲しい。世代交代の時期
美容	島根	世代間のギャップの解消と技術コンクールニューラインの改善
美容	岡山	もっと活動している事を一般の人に分かってもらえるよう宣伝してほしい。
美容	広島	固執した考えを捨て、もっと自由度を広げて考える
美容	広島	美容師としての権利を守るためには、現状の活動内容では困難であると思う
美容	広島	もっと組合員を増やして魅力ある団体にしてほしい
美容	愛媛	大会等に若い組合員がよ多く参加できるような工夫が必要である
美容	福岡	組織拡大 若い人材の確保
美容	福岡	組合があるから非組合員も守られる部分が多い事をわからせる方法がないものか
美容	福岡	メディア等に存在のアピールをして頂きたい。ブランド化を目指してほしい。
美容	佐賀	組合員がもう少し興味を持てる事業をしてほしい
美容	佐賀	若い人たちが興味を持てるような活動をしてほしい
美容	佐賀	若手の組合加入をふやしてほしい
美容	長崎	各目的別にリーダーを作り 次世代の美容師づくりをして欲しい

組 合	都道府県	組合についての意見等
美容	熊 本	講習会等を通じて組合加入を勧めて欲しい。国家試験対策のための研修を実施して欲しい
美容	熊 本	組合員を増やす工夫を要望
美容	宮 崎	組合加入者がいろんな行事に参加しなかったり 協力しなかったりする。何のための組合が分からない。
美容	宮 崎	若い人たちが積極的に組合活動に参加出来る組織作りが大切である。(例えば、ニューラインの講習会、大型店の進出や新規開業店への対応)
美容	鹿児島	不満の声を発しても「それは 会とかねあいで無理」という決まり文句で却下される事が多く、そのことが多くの若者の組合ばなれのきっかけになっているのではないかとされる。若い人たちにまかせる部分があるべきだと思う (コンテストへのアーショー等)との意見
美容	鹿児島	組合、事務局、組合員がお互いに信頼、尊敬しあえる人間成長(向上)人生勉強(修養)の知恵も大切と受けとめる集団であってほしいとの願いがあった。
美容	沖 縄	班長職の業務負担の軽減
美容	沖 縄	資料等の案内文を郵送してほしい
美容	沖 縄	若手組合員の増強
興行	福 島	個人事業主重視の運営を
興行	埼 玉	県内の映画館が、大きく様変わりしている状況であり この状況をリアルタイムで情報がほしい。
興行	愛 媛	将来を見越した対策の実施を望む
旅館	青 森	組織改革をして時代のニーズにあった組合運営をして欲しい
旅館	福 島	組合活動の強化充実
旅館	群 馬	大きなイベント、スポーツ大会など、県庁所在地の都市だけでは収容できない時等に、利用される状況。交通事情もあろうが配慮願いたい。
旅館	東 京	社会貢献事業を消費者との交流を拡大して事業展開としていくべき
旅館	新 潟	行政との連携(国、県、市町村)
旅館	長 野	推進して欲しい
旅館	岐 阜	送客について
旅館	京 都	組合員数を増やすためのアウトサイダーへの積極的な加入呼びかけを一般組合員もどんどん協力すべき
旅館	熊 本	組合加入促進と集客に対する広報活動
旅館	鹿児島	組合員同士の交流
浴場	青 森	親睦会的な組合ではなく自治体の福祉浴場への反対運動等を積極的に実行して欲しい
浴場	宮 城	組合代表者の後継者がいない
浴場	千 葉	お客様に対しての様々な要望などを知らせて欲しい
浴場	東 京	10年後、20年後を考え、現在これから何をすべきなのか
浴場	山 梨	都市中心部の過疎対策
浴場	兵 庫	全浴場禁煙を積極的に指導してほしい
浴場	徳 島	浴場業は長期低迷しており引き続き行政からの援助をいただきたい
浴場	熊 本	料金の値上げ
クリーニング	宮 城	支部役員の若返いを希望する

組 合	都道府県	組合についての意見等
クリーニング	群 馬	後継者問題について研究して欲しい
クリーニング	東 京	後継者が喜んで経営参加ができる店造り等の提案をしてほしい
クリーニング	東 京	執行部が高齢化しており 柔軟な発想での組合活動が行われていない。もっと若手経営者を活用し 活動していくべきと思う
クリーニング	神奈川	クリーニング業界の先細りが見えているのに手がうてない
クリーニング	新 潟	もっと消費者にアピールする広報活動を行ってほしい。業界紙や組合員への案内や、旅関係ではなく、一般へのメディアにできるだけ露出すること
クリーニング	富 山	組合活動の質の向上、組合員減少をどう考えているか
クリーニング	石 川	業に携わっているすべての人が、加入できるように促進してもらいたい
クリーニング	山 梨	組合員の増加対策
クリーニング	山 梨	全ク連への負担金等の収支状況が明確でない
クリーニング	長 野	もっと情報を、提供して欲しい
クリーニング	静 岡	対外的に目に見える活動をして欲しい
クリーニング	京 都	元気のあるクリーニング業になるため活性化する新しい事業を
クリーニング	京 都	ホームページの開設 (青年部は開設済み)
クリーニング	島 根	活動力の向上、役員の団結等
クリーニング	岡 山	組合員でないと商売がやりにくいぐらいの力を持って欲しい。即ち組合員が増えて組合の力が強くなる。
クリーニング	愛 媛	消費者に対し、組合の認知度を高める様な活動の強化が必要である
クリーニング	福 岡	組合費を安くしてほしい
クリーニング	福 岡	意識が低く協力的でない
クリーニング	長 崎	お客様との接点、お客様にもクリーニングに関する情報を流して
クリーニング	熊 本	経営相談、情報提供に力を入れて欲しい
クリーニング	大 分	業界の活性化に取り組んで欲しい

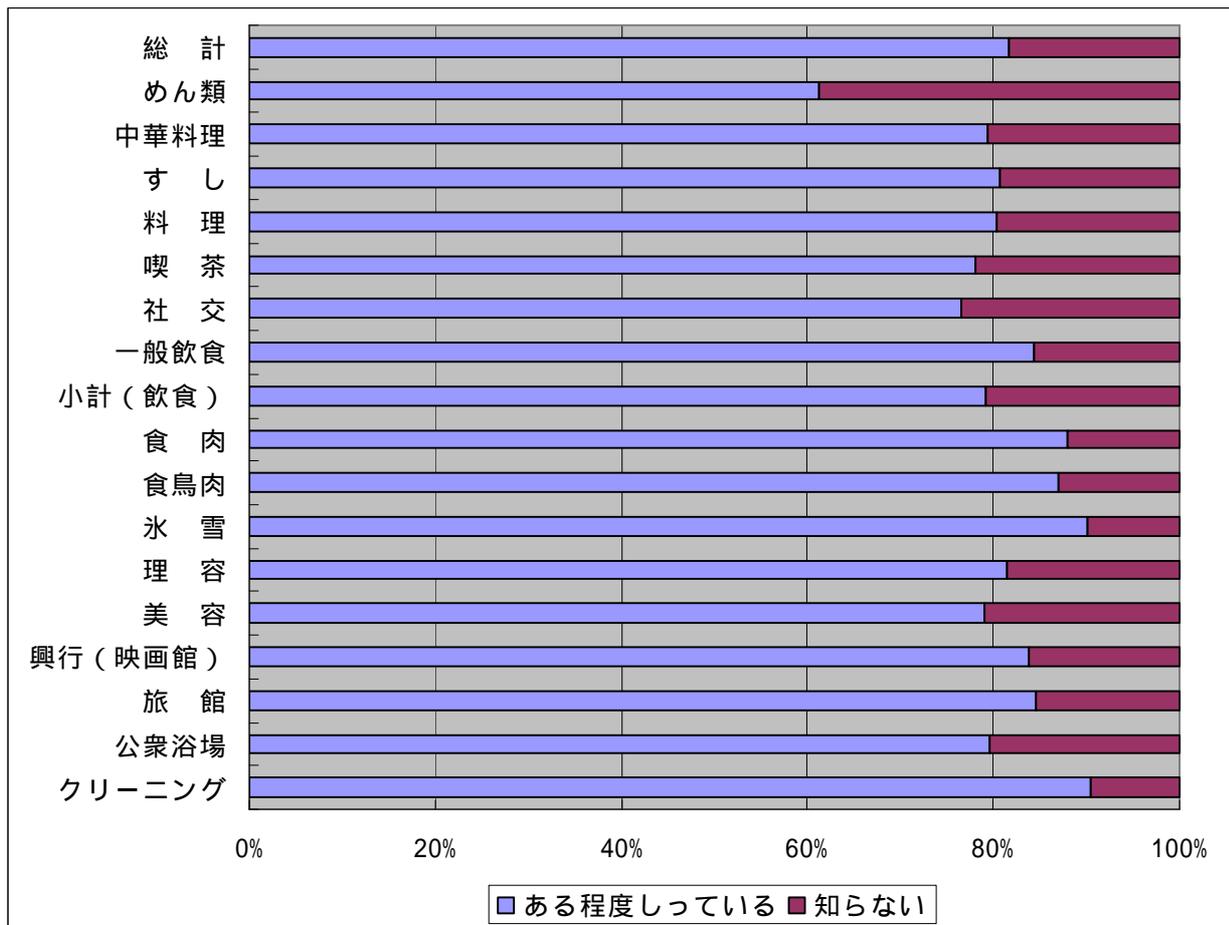
( 2 ) 都道府県生活衛生営業指導センターについて

? 都道府県指導センターの存在 [ n=1,417 ]



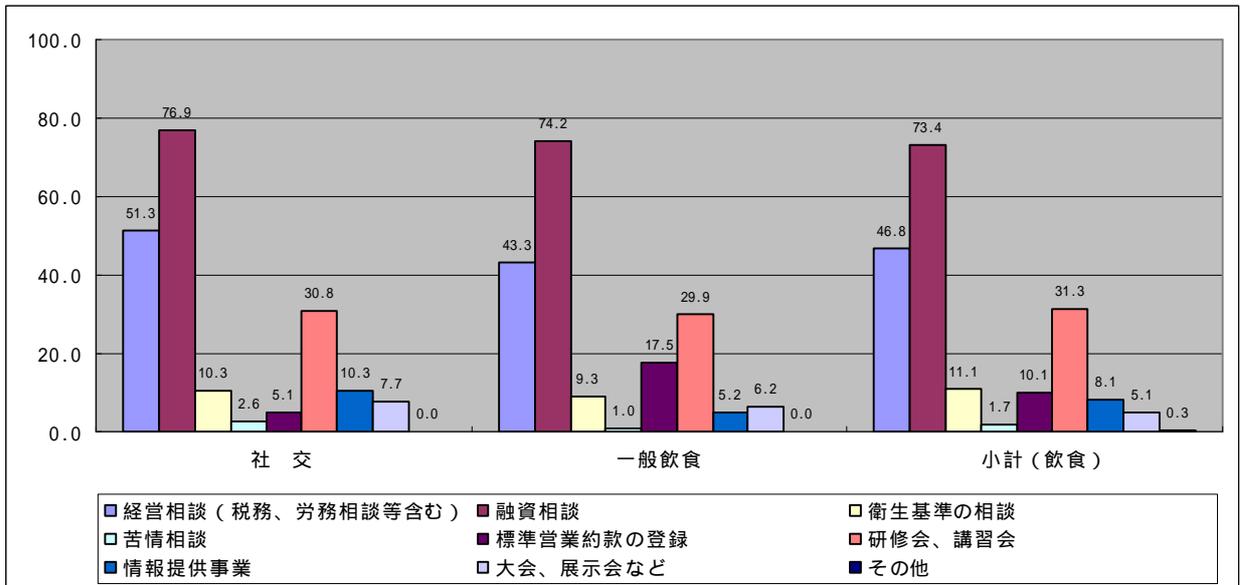
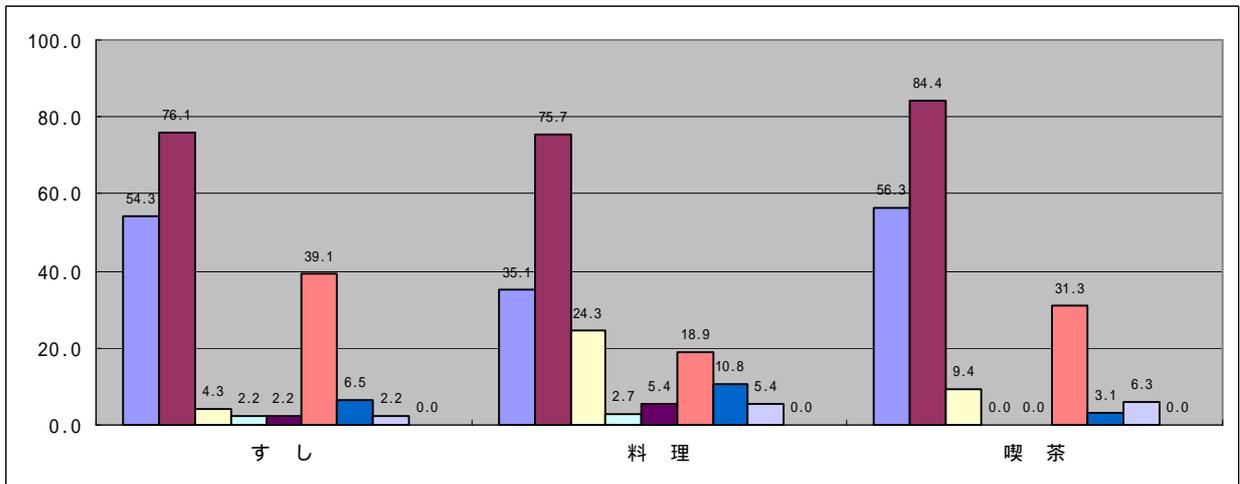
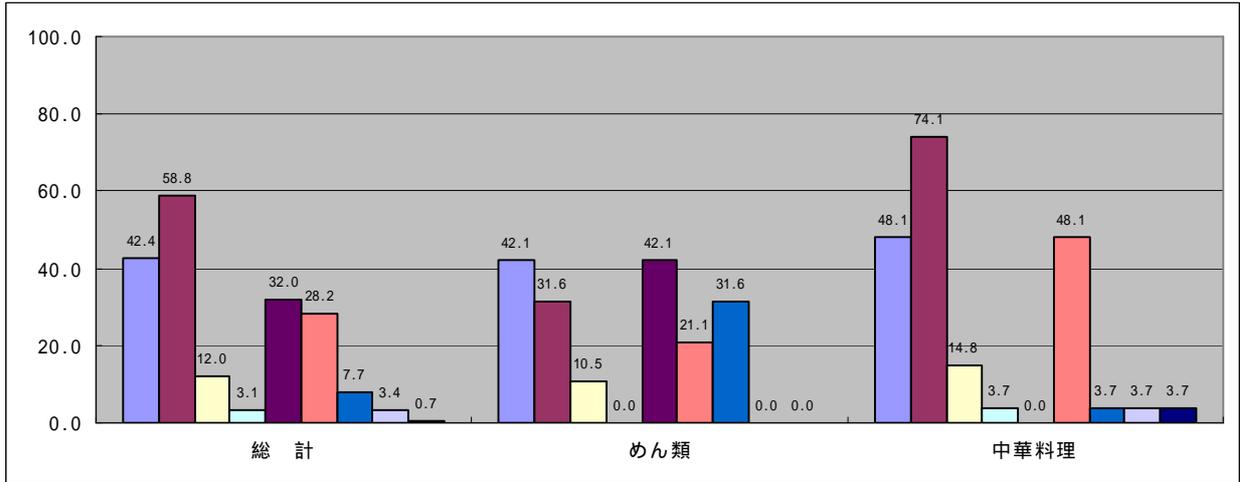
- ✓ 都道府県指導センターの存在については、全体では「知っている」が75.6%と、「知らない」の24.4%を上回ってはいる。
- ✓ 飲食業は、全般的に「知らない」の比率が31.3%と、全体平均(24.4%)より高い。
- ✓ 一方、それ以外の業種は、全般的に「知らない」の比率が低く、特に公衆浴場2.2%、クリーニング8.7%と特に低い。

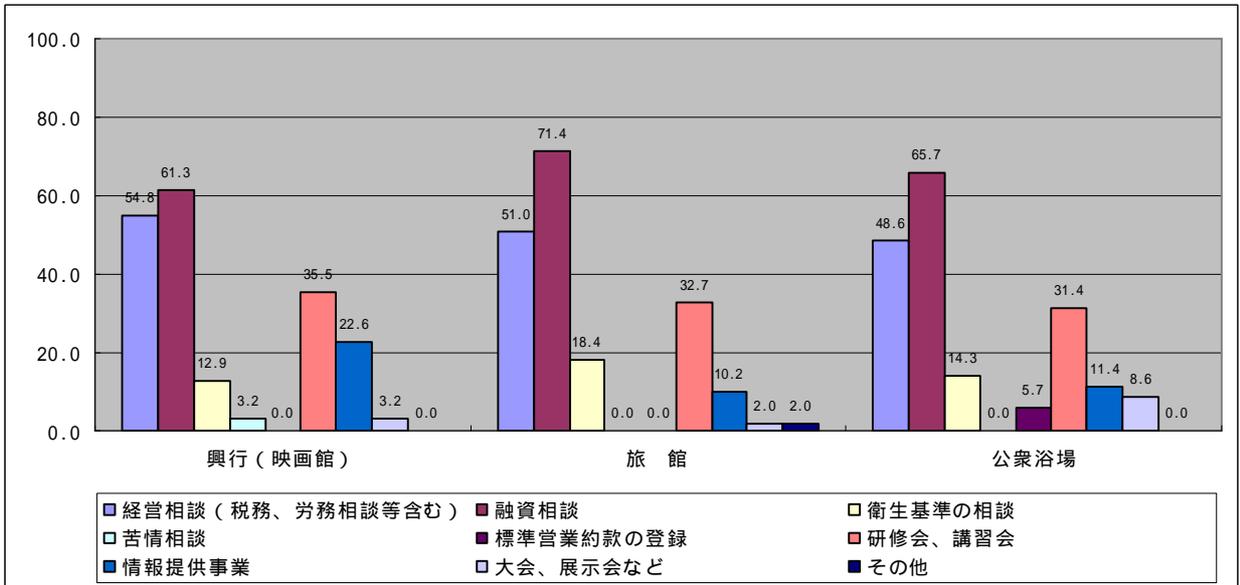
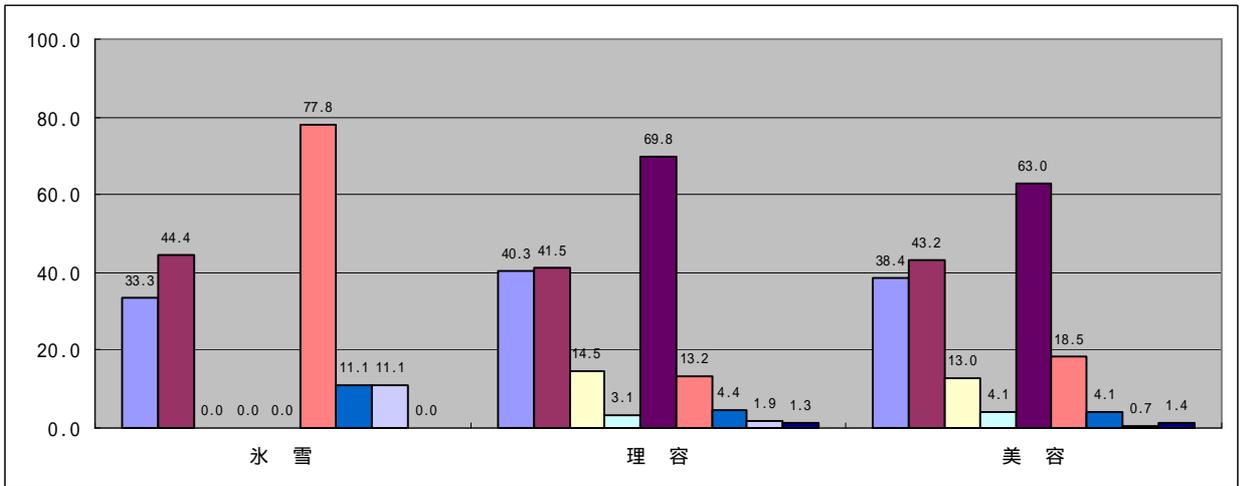
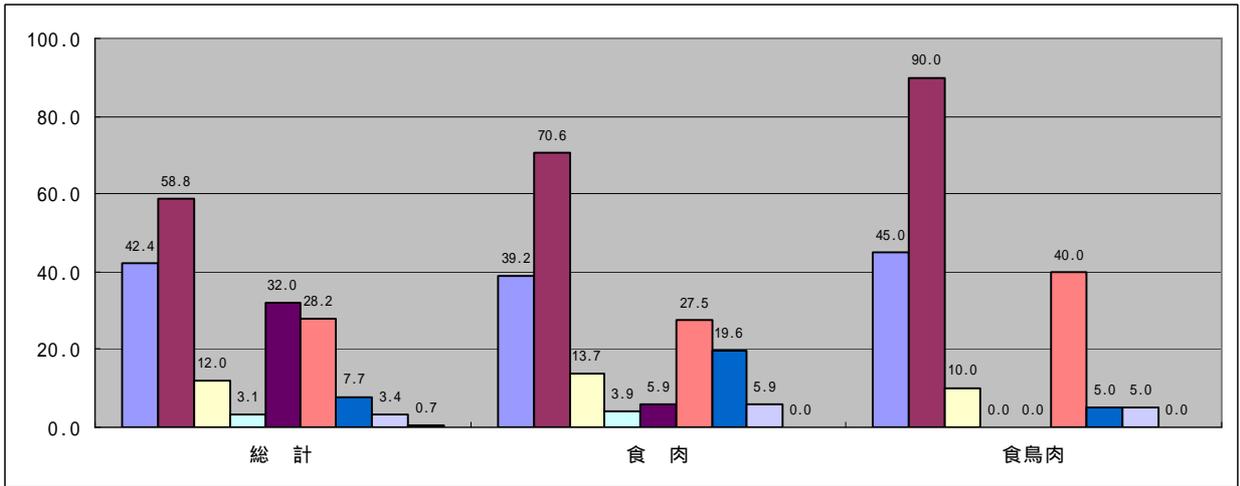
都道府県指導センターが実施している事業 [ n=1,069 ]

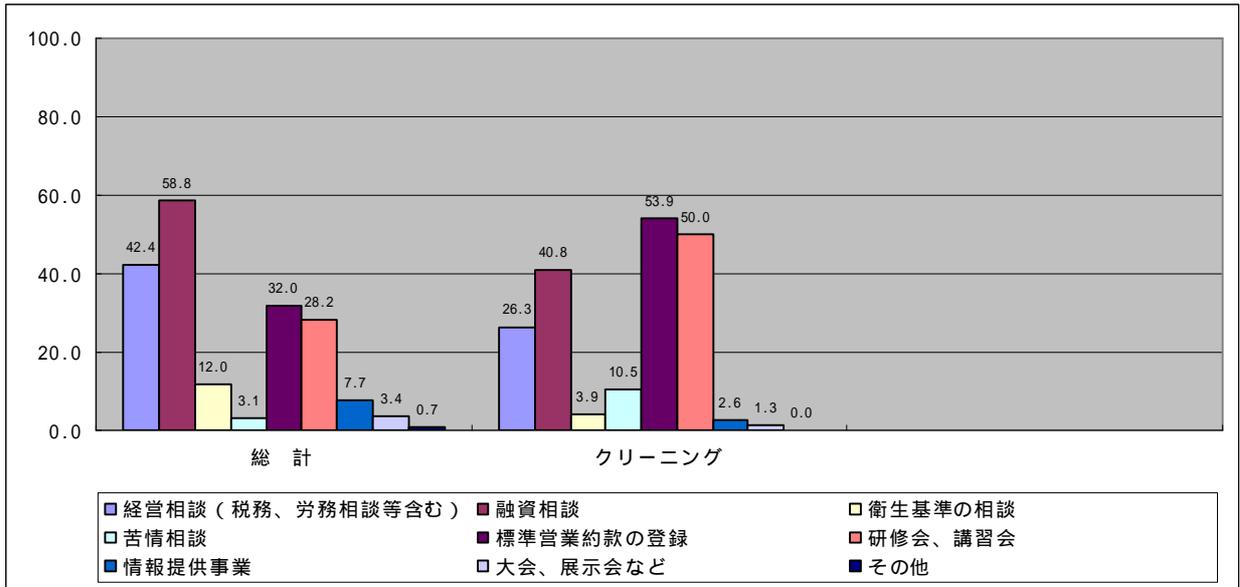


- ✓ 都道府県指導センターが実施している事業については、全体では「ある程度知っている」が81.7%、「知らない」が18.3%であった。めん類だけが「ある程度知っている」が61.3%と低かった。

## 知っている事業内容（複数回答）



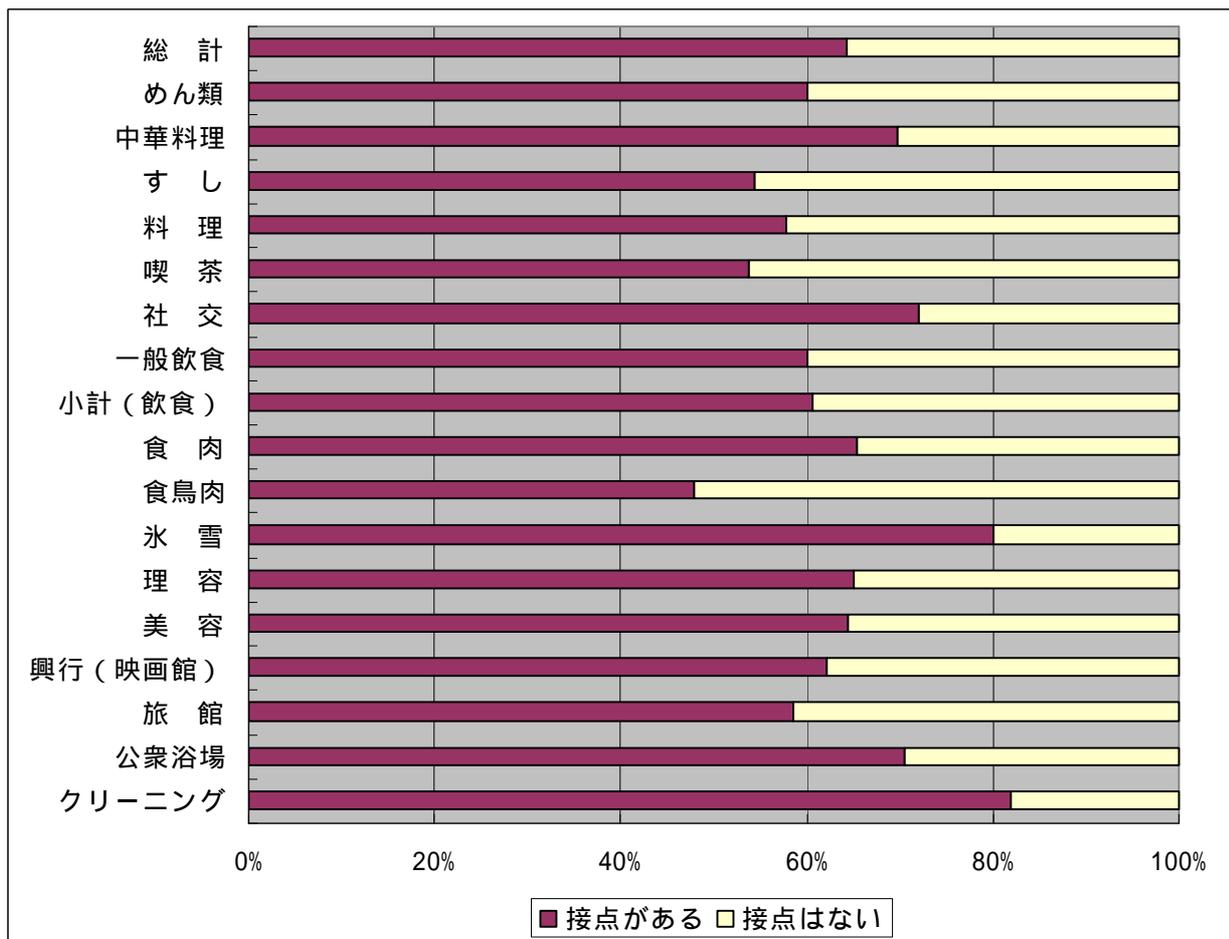




- ✓ 知っている事業内容については、全体では「融資相談」58.8%が高かった。
- ✓ 「標準営業約款の登録」はめん類42.1%、理容69.8%、美容63.0%、クリーニング53.9%と高かった。
- ✓ 「研修会、講習会」は飲食業平均（31.3%）では中華料理48.1%が高く、それ以外の業種では冰雪77.8%は全体平均（28.2%）よりも高かった。
- ✓ 「苦情相談」、「情報提供事業」の認知度が低い結果となった。

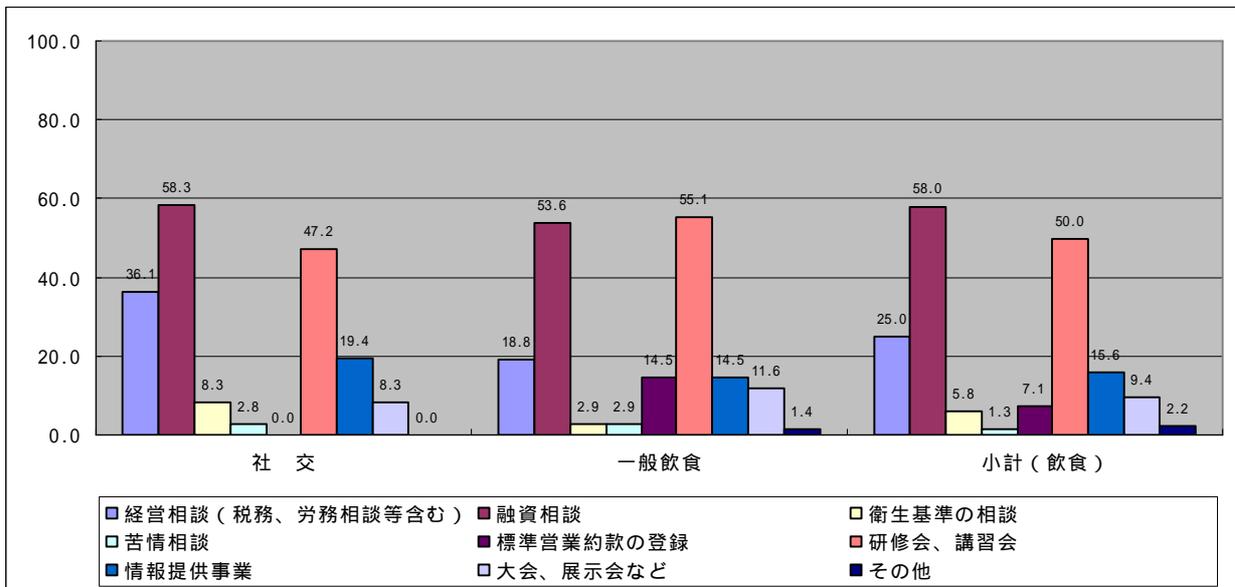
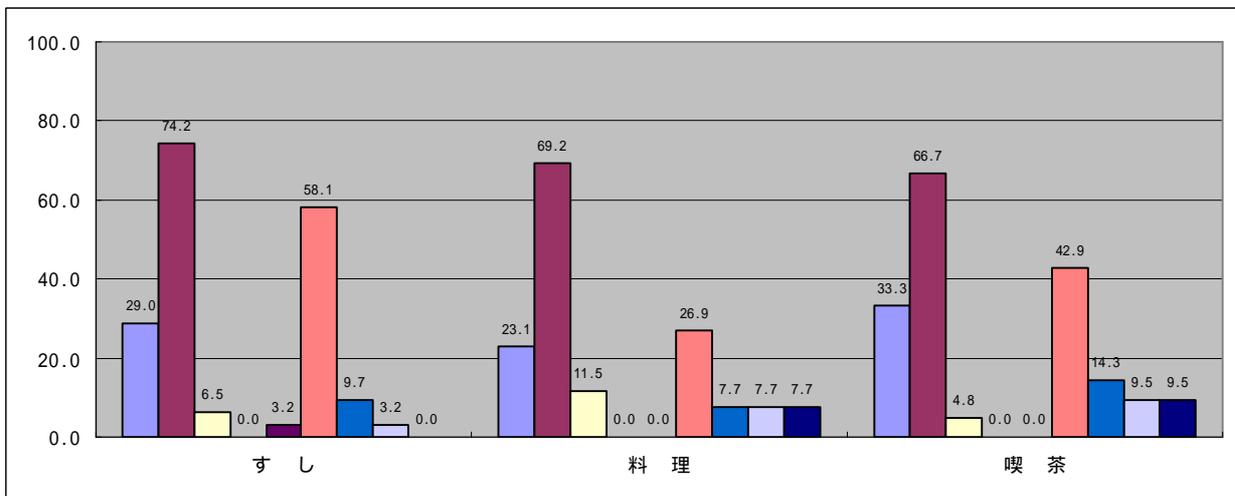
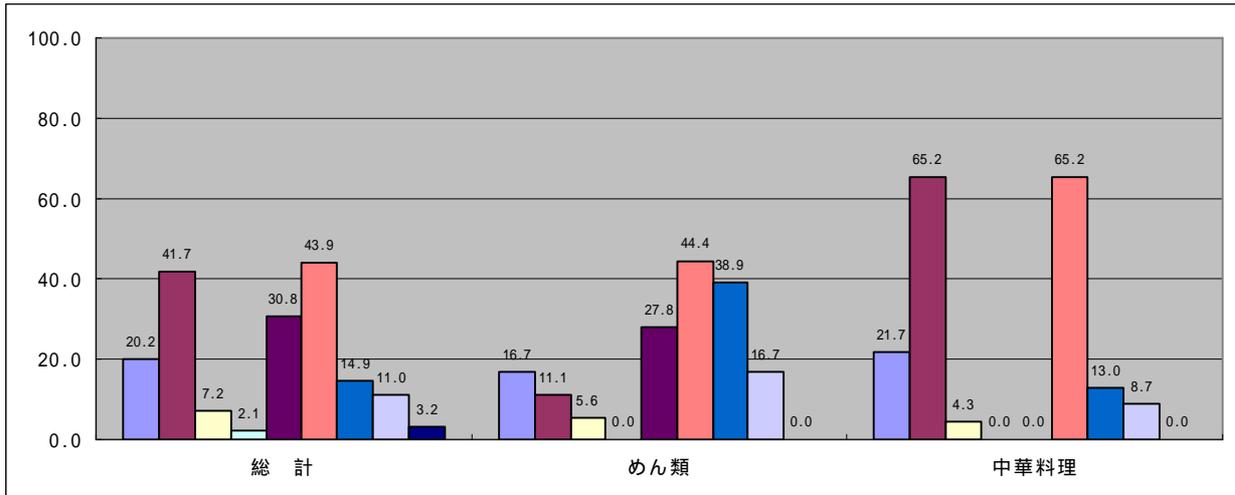
組合	都道府県	知っている指導センター事業内容 (その他の理由等)
理容	愛知	標準約款有名無実、金金金、おかしいですね
美容	福岡	美容師国家試験の件で

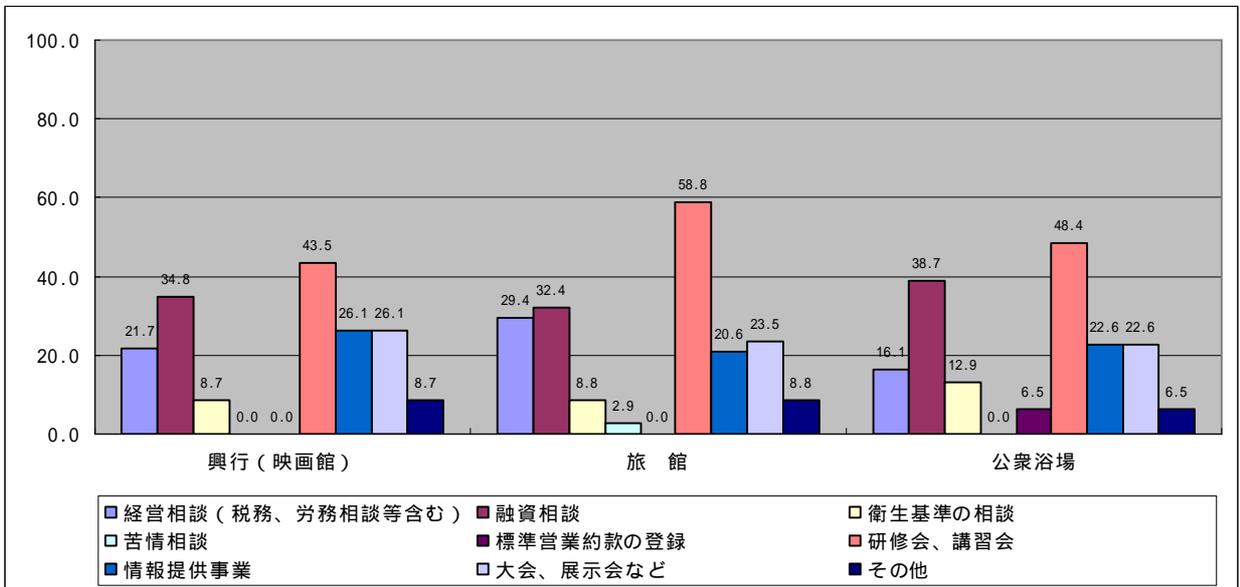
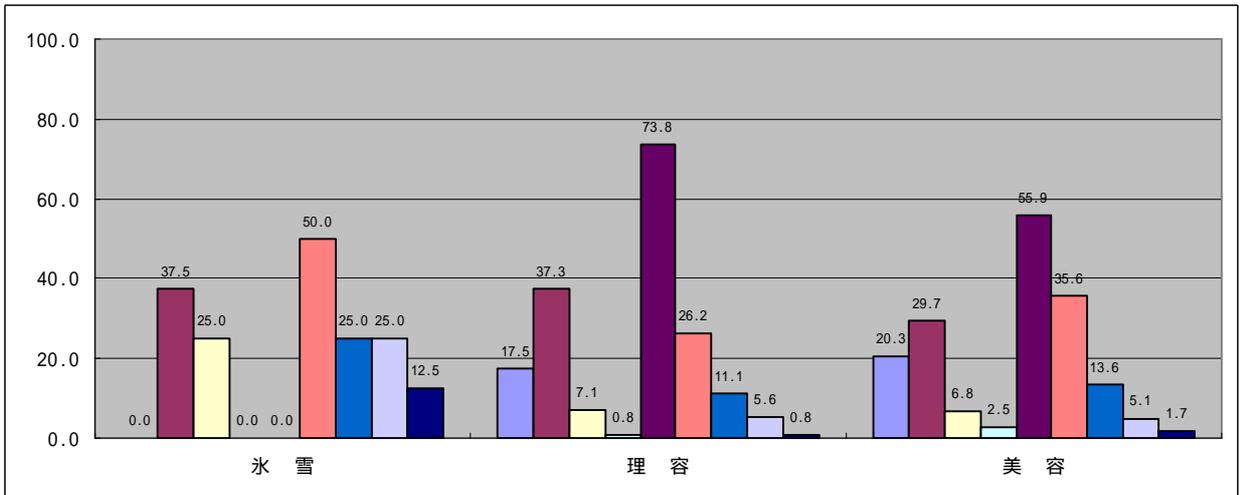
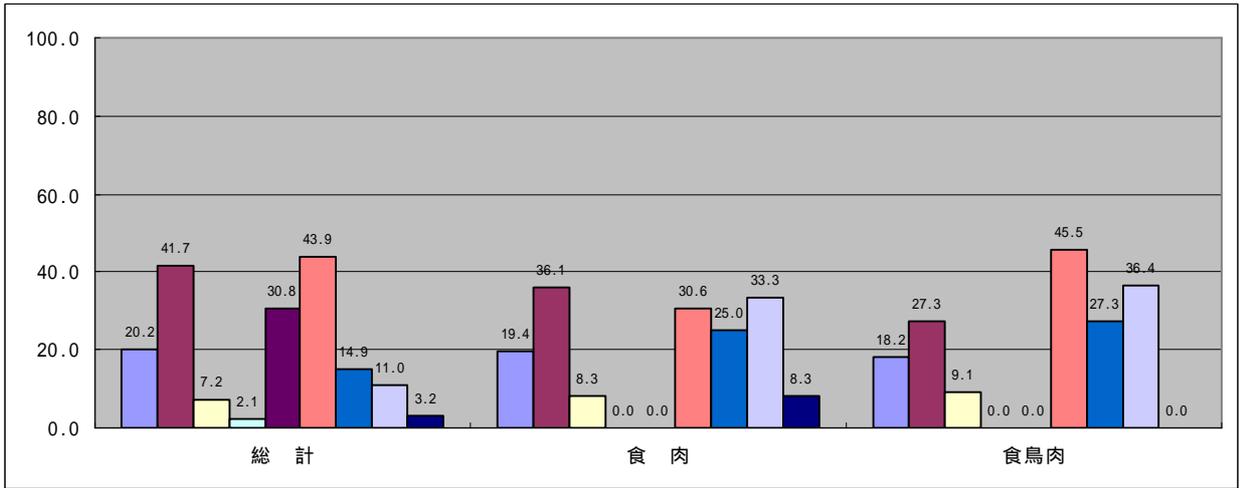
都道府県指導センターとの接点の有無 [ n=1,056 ]

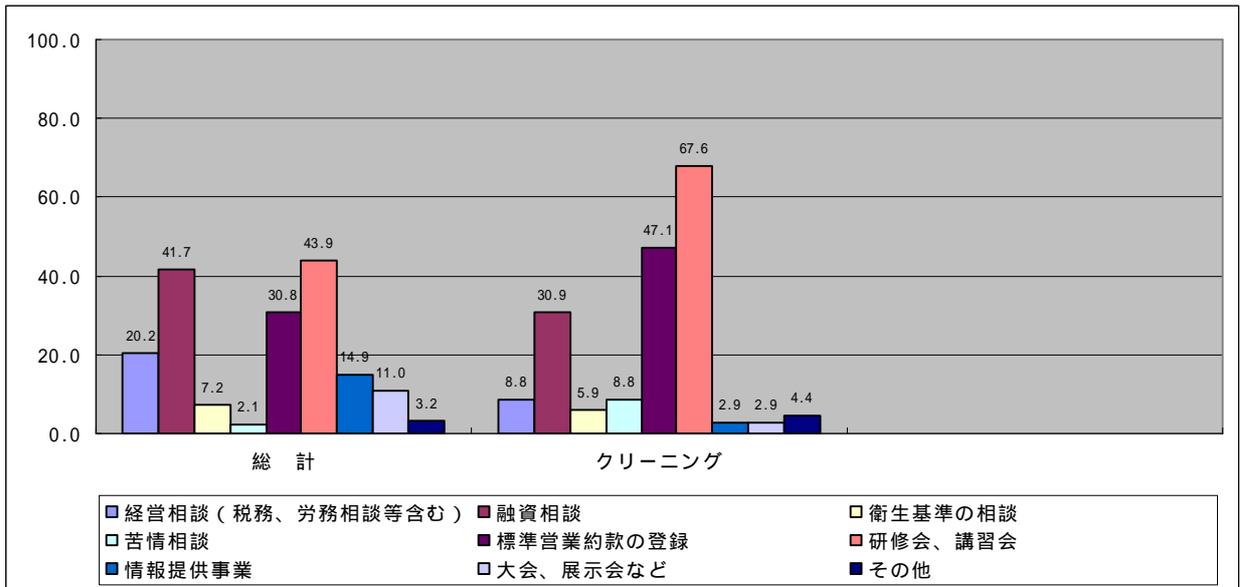


- ✓ 都道府県指導センターとの接点の有無については、全体では「接点がある」64.3%、「接点はない」35.7%であった。
- ✓ それ以外の業種では、「接点がある」で、クリーニング81.9%、氷雪80.0%と、全体平均(64.3%)を大きく上回った。

接点の内容（利用・参加したことがある事業等）（複数回答）







- ✓ 接点の内容については、全体では「研修会、講習会」が43.9%、「融資相談」が41.7%と高かった。
- ✓ 飲食業は、「融資相談」が58.0%と全体平均（41.7%）を上回っている。
- ✓ それ以外の業種は、「融資相談」が全ての業種で全体平均（41.7%）を下回っている。「研修会、講習会」は全体平均（43.9%）と比較して、中華料理65.2%、旅館58.8%、クリーニング67.6%と高かった。「標準営業約款の登録」は理容73.8%、美容55.9%と高い。

組合	都道府県	指導センターとの接点の内容 (その他の理由等)
喫茶	茨城	景気動向等調査先
飲食	静岡	同じ町内にあるから
食肉	青森	調査事業
食肉	宮城	景気動向調査
氷雪	福岡	定例会議など
理容	広島	景気動向調査
美容	青森	調査事業
美容	福岡	美容師国家試験の件で
興行	青森	調査事業
興行	秋田	事務手続きの相談
旅館	茨城	景気動向等調査先
浴場	青森	調査事業
浴場	埼玉	調査事業に協力
クリーニング	青森	アンケートや調査
クリーニング	新潟	経営相談員

都道府県指導センターについての意見、提案、要望

組合	都道府県	都道府県指導センターについての意見
麺類	宮 城	異業種交流等のセミナーの開催をしてほしい
麺類	茨 城	今後はセンターの事業に参加してみたい
麺類	茨 城	会員が大勢集まる総会等で、センターのPRをお願いしたい
麺類	東 京	センターに関する広報活動を拡大し、生衛組合に十分な周知がされるようにすべき
麺類	静 岡	指導センターの業務のPRをより広範囲にしてほしい
中華	福 島	身近になってほしい
中華	福 島	情報提供
中華	千 葉	センターの存在を知らないのだから回答できない
中華	東 京	組合を通して、センターのPRを一層努める必要がある
中華	愛 知	話し合いの場を持つ
中華	大 阪	研修会などに出る機会の少ないものにとって良い勉強になる
中華	兵 庫	融資の拡大
すし	青 森	存在を知らなかったのもっとPRすべきだ
すし	岩 手	指導センターがなくなることは、各組合もなくなることに繋がり、殆どの組合員は「庶民」で発言力・資本力も微弱なので、蔑ろにすることがないようお願いする。
すし	新 潟	助成金等を増やし、各組合のレベルアップを考えて欲しい
すし	山 梨	組合の意見をよく理解して
すし	熊 本	情報提供を末端組合員に浸透するように
すし	宮 崎	新規に開店した店舗には早めに指導センターから指導して欲しい
料理	茨 城	この機会にセンター事業に参加させていただきたい
料理	東 京	若い世代に生衛業が受け入れられるような工夫をして欲しい
料理	長 野	融資、経営相談体制を充実して欲しい
料理	京 都	情報提供の強化
料理	広 島	どういう活動をされているのか、情報がなく分からない
喫茶	東 京	税知識の向上への種々の支援マニュアルの作成を要望
喫茶	鳥 取	指導センターは、情報を取り入れて積極的に利用・活用してほしい
喫茶	広 島	何をしているのか、詳細な(具体的な)パンフ又は資料を提供してほしい
社交	神奈川	指導センターの力強い指導を期待している
社交	石 川	事業等の案内が欲しい
社交	愛 知	身近に感じたい
社交	京 都	郡部の人達が活動しやすいようにという視点をもってほしい
飲食	兵 庫	支部組合・本部組合 指導センターとの関連性が分からない
飲食	奈 良	組合員にもっと利用参加しやすくしてほしい
飲食	島 根	同業者の組合員離れが多いのでは。加入促進などセンターの指導力を
飲食	大 分	指導センターのPRをもっと積極的に行うべきである。
飲食	沖 縄	もっと分かりやすい情報公開を望む

組 合	都道府県	都道府県指導センターについての意見
食肉	宮 城	相談しに行ってよいか分からなかった、PRが必要
食肉	秋 田	もっとセンタ- を知らせるべきである
食肉	千 葉	センターの指導がどのように行われているか不明
食鳥肉	東 京	飲食関係業種について、いい企画を出して欲しい
氷雪	東 京	センターのPR
理容	岩 手	健康診断等の受診復活
理容	岩 手	低料金店の増加により 組合員が苦戦している。かなり法的にも違反に近い営業形態と聞くので、調査等できないか感じる。
理容	宮 城	約款の周知をもっと進めてほしい
理容	宮 城	今後さらに、生衛組合への支援等を強化してほしい
理容	福 島	事業がわからない
理容	埼 玉	指導センターのあり方などについて、もっとアピールすべきである
理容	千 葉	低料金店をなんとかしてもらいたい
理容	千 葉	あまり親近感を感じない
理容	東 京	PRが足りないのでは
理容	東 京	PRが不足
理容	東 京	会報の発行を増やしてほしい
理容	東 京	約款のシールが旧厚生省になっている
理容	神奈川	標準約款登録制度の社会的地位の向上
理容	石 川	組合に参加していない店の情報がわからないので、情報提供を願いたい
理容	山 梨	事業内容がはっきりしない
理容	山 梨	より密接な協力体制
理容	山 梨	Sマークの普及とメリットのアピール
理容	山 梨	組合に対する指導内容の明確化
理容	愛 知	営業約款の登録の件について・・・無くてもいい、消費者に対するパフォーマンスでしかない
理容	愛 知	どうい仕事をしているのか教えてほしい
理容	三 重	事業内容をもっとPRすべき
理容	三 重	SマークをPRしてほしい
理容	滋 賀	もっと積極的にSマークのPRをしていただきたい
理容	鳥 取	指導センターは県組合への要望等は、県組合事業と重ならないように話し合いで決めてほしい
理容	山 口	組合加入することのメリットをPRしてほしい
理容	徳 島	組合に対しアウトサイダー対策について積極的に指導して欲しい
理容	徳 島	組合員に対し存在をもっとPRするべきである
理容	香 川	約款の登録店の広報
理容	愛 媛	指導センターの存在意義がわからない
理容	福 岡	よくわからない
理容	長 崎	指導センターの広報刊行物を増やす

組 合	都道府県	都道府県指導センターについての意見
理容	長 崎	事業内容について色々教えて頂きたい
理容	鹿児島	名前しか知らない人も多いようなので、センターの実施している内容を広く教えてほしい。
美容	岩 手	名前を聞いたことがある程度で、利用したことはないので、宝の持ち腐れだったかも知れない。
美容	福 島	研修の充実
美容	福 島	12生活衛生同業組合をまとめてほしい
美容	福 島	研修会が勉強になった。大会の研究発表が身近に感じた
美容	群 馬	指導センターの存在を広く告知することが必要
美容	埼 玉	存在についてPRすべきである
美容	千 葉	組合員の方にもっと内容事業を知らせてほしい
美容	東 京	指導センターのPRを積極的に行う必要がある
美容	東 京	指導センターの活動を組合員、非組合員とも周知を
美容	東 京	指導センターの活動を周知するように
美容	東 京	指導センターの周知を行うべきである
美容	神奈川	美容室での感染症の事例を大きくとあげ、衛生意識を高めてほしい。服装、ウェストシザース、店内への動物等
美容	新 潟	Sマーク加入、非加入の差を付けたほうがよい
美容	富 山	どのような営業指導をしているか
美容	三 重	もっとPRすべきである
美容	滋 賀	指導センターの存在を組合員により多く認識してもらえるようにすること
美容	滋 賀	組合に入っていない所をもっと指導すべきである
美容	京 都	組合にしてもよく分からないので周知すべき
美容	大 阪	指導センターの指導効果は余り現れていない
美容	兵 庫	財団法人としての指導センターと保健所の違いとか良くわからない
美容	和歌山	美容師免許取得者就業実態調査
美容	島 根	美容業に関する情報を連絡してほしい。
美容	広 島	行政の立場ではなく、美容の発展を考えることが必要
美容	広 島	美容業界のみならず、中小企業をもっと守って頂きたい
美容	徳 島	その時々ホットは情報を提供してもらっているので継続して欲しい
美容	香 川	全体全員が知ってもらうことが必要（大半が活動を知らない、理解していないと思う）
美容	福 岡	もっと存在を価値あるものにして頂きたい。組合加入の手助けをしていただければ有り難い
美容	福 岡	異業種間の交わりが少ないので交流の場を持って頂きたい
美容	福 岡	員外者に組合の必要性をアピールときっかけ作り
美容	福 岡	指導の内容もあまり分かってないと思いますが、指導センターそのもの存在を知らせる方法がないものでしょうか？
美容	長 崎	物事が伝わるように活動して頂きたい
美容	大 分	事業の実体がよく分からないので、もっとPRしてほしい
美容	鹿児島	厳しく大きなうねり刃はげしい世の中の動向、今こそ関係者一致団結がとても大切と受け止め、センターをもっと身近にそして有難いと感じる存在であってほしい。

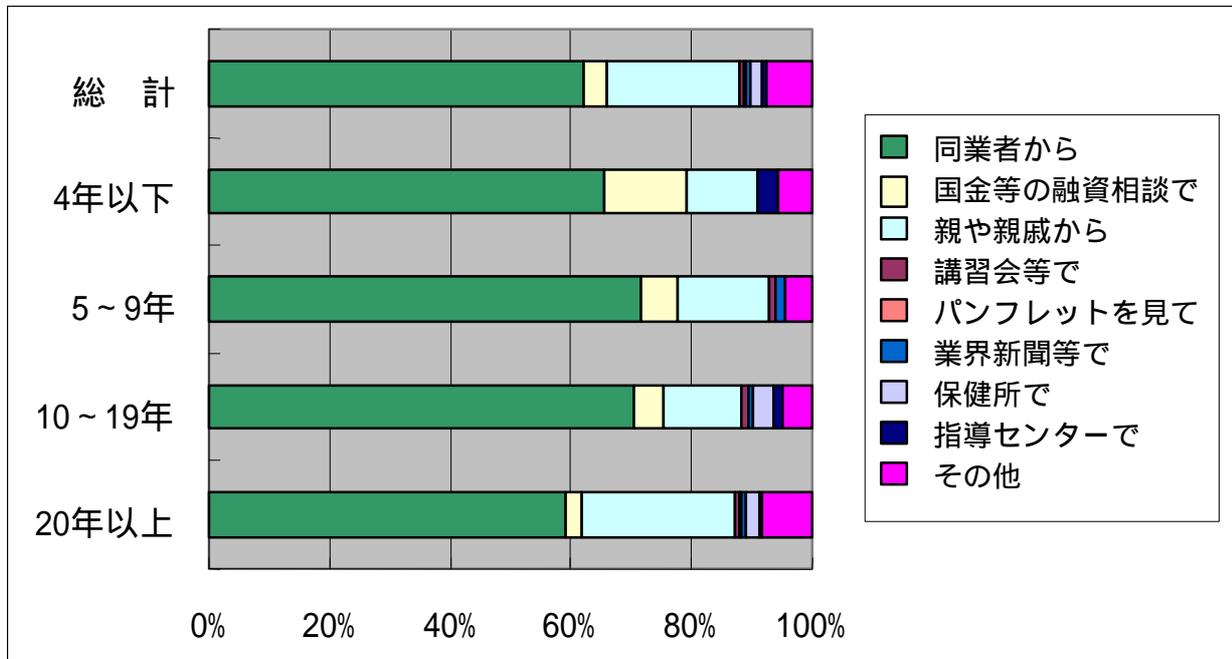
組合	都道府県	都道府県指導センターについての意見
興行	福島	業種がさまざまな組合相互に利益をもたらせる施策を考えること自体に無理を感じる。個別に対応する部分を運営上もっと広げてほしいのでは
興行	埼玉	会報のような情報紙があるのでしょうか
旅館	青森	もっとPRしないと存在が認知されない
旅館	岩手	組合とは別の相談窓口として業務内容等を広く周知して欲しい
旅館	岩手	組合員の研修会 講習会 福利厚生 (レクレーション)を増やして欲しい
旅館	埼玉	ホテル旅館業の将来像について示してほしい
旅館	京都	生衛業の社会的地位向上のために今後も先頭にたっていただきたい
旅館	岡山	組合のメイン業務は「情報の伝達」及び「融資あっせん」その他の事項について設立当初の秩序維持等が薄れてきている。社会の新しい要求(顧客ニーズ等)に応えるとともに、組合員の利益向上を支援する政策が必要ではないか。
旅館	沖縄	もっとPRしてほしい。メリットがあるような事業をしてほしい
浴場	青森	指導センターは、組合の力不足な面を補完するような仕事をして欲しい。行政と組合の橋渡し役となって欲しい。
浴場	千葉	組合の行事などに積極的に参加してもらいたい
浴場	東京	健康入浴推進モデル事業を是非大田区内で実施してもらいたい
浴場	長野	情報提供を積極的に願いたい
浴場	兵庫	具体的な事業内容、事例等の説明をして頂ける場を設けてほしい。活用、利用する機会が増えると思う(各支部単位で)
クリーニング	岩手	組合加入促進の協力をお願いしたい
クリーニング	東京	クリーニング研修の必要性についてもっとPRしてほしい
クリーニング	神奈川	個人業主が8割強いるため、クリーニング研修 講習に参加したくてもできない場合が多い。日曜日の午後の開催にできないか。
クリーニング	新潟	電話の対応などで役人らしい受け答えがある。自分が今している仕事は誰のためか・・・と考えながら仕事をしていただきたい。
クリーニング	石川	業種別にきめ細かい指導をお願いする
クリーニング	山梨	組合負担金の軽減
クリーニング	京都	生衛各組合合同でボランティア活動を実施してほしい
クリーニング	島根	組合員に対する指導、講習などを多くしてもらいたい
クリーニング	岡山	組合と行政サイトの架け橋になって欲しい。コインランドリーで使用されているドライ溶剤は有機塩素化合物がほとんどで、第二の石綿になりはしないかと心配している。使用者が素人なので、その溶剤の使用禁止が注意書きが必要だと思う
クリーニング	長崎	経営、衛生基準、約款等の指導情報等を流して欲しい
クリーニング	熊本	組合との連携強化を希望
クリーニング	大分	消費者のクレーム処理を上手にやって欲しい

## 1 - 2 組合加入年数別・性別等の状況

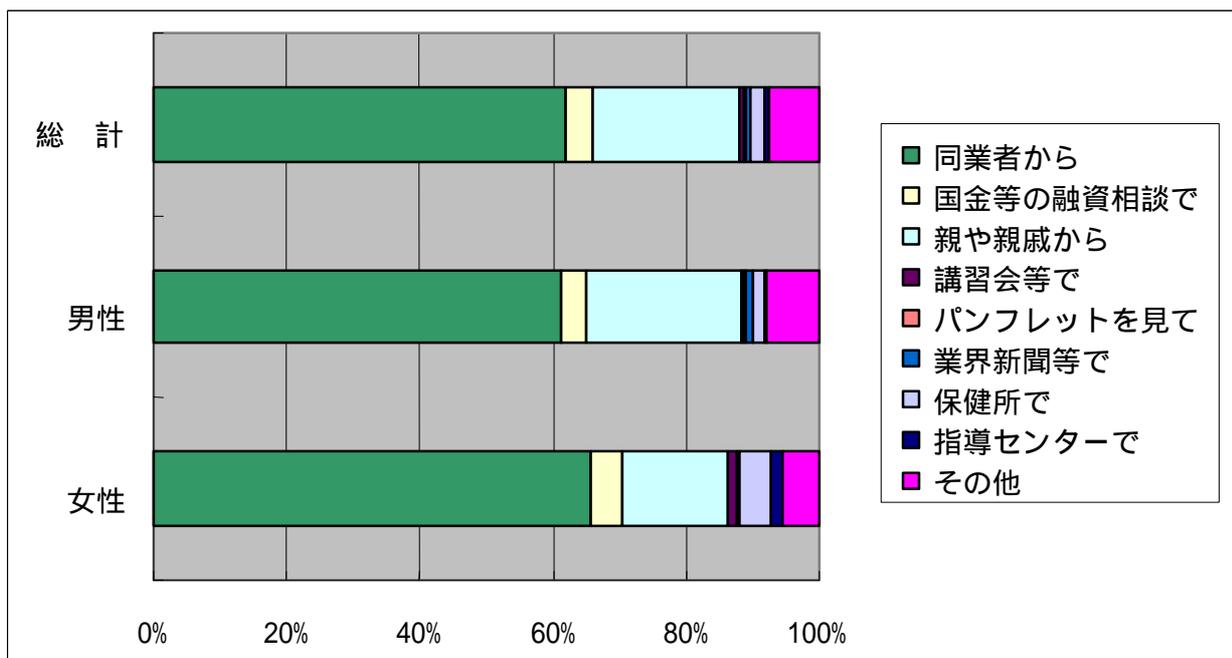
### ( 1 ) 生活衛生同業組合について

組合のことを知ったきっかけ [ n=1,421 ]

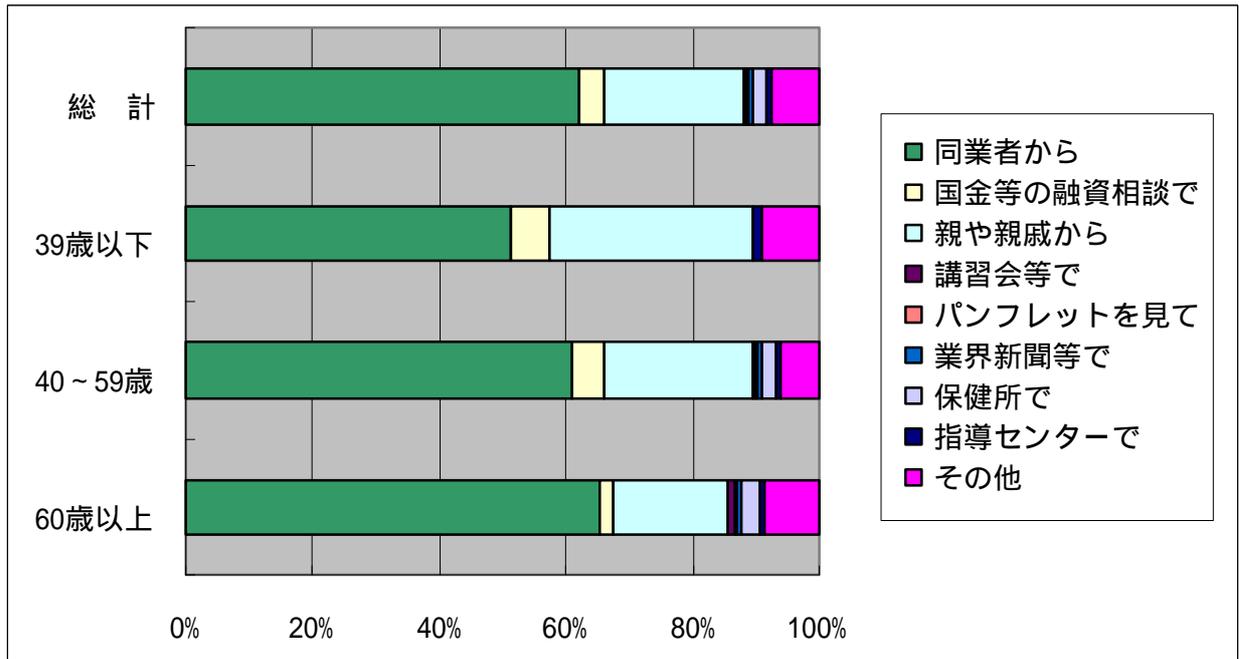
#### [ 組合加入年数別 ]



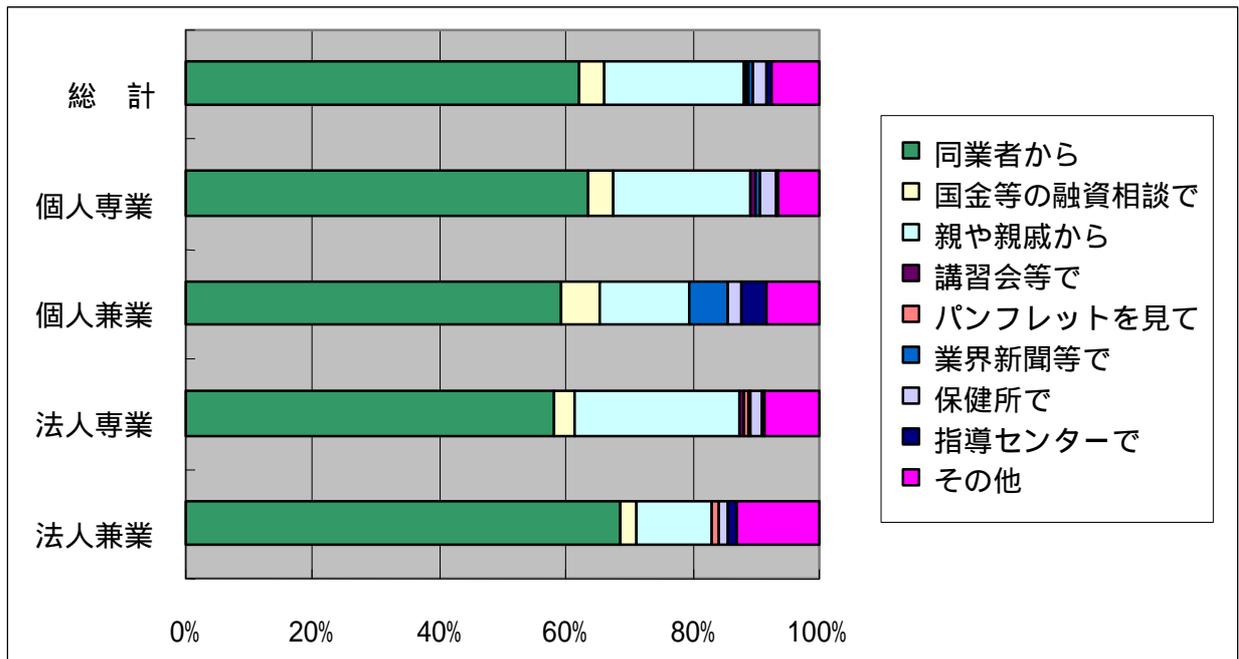
#### [ 性別 ]



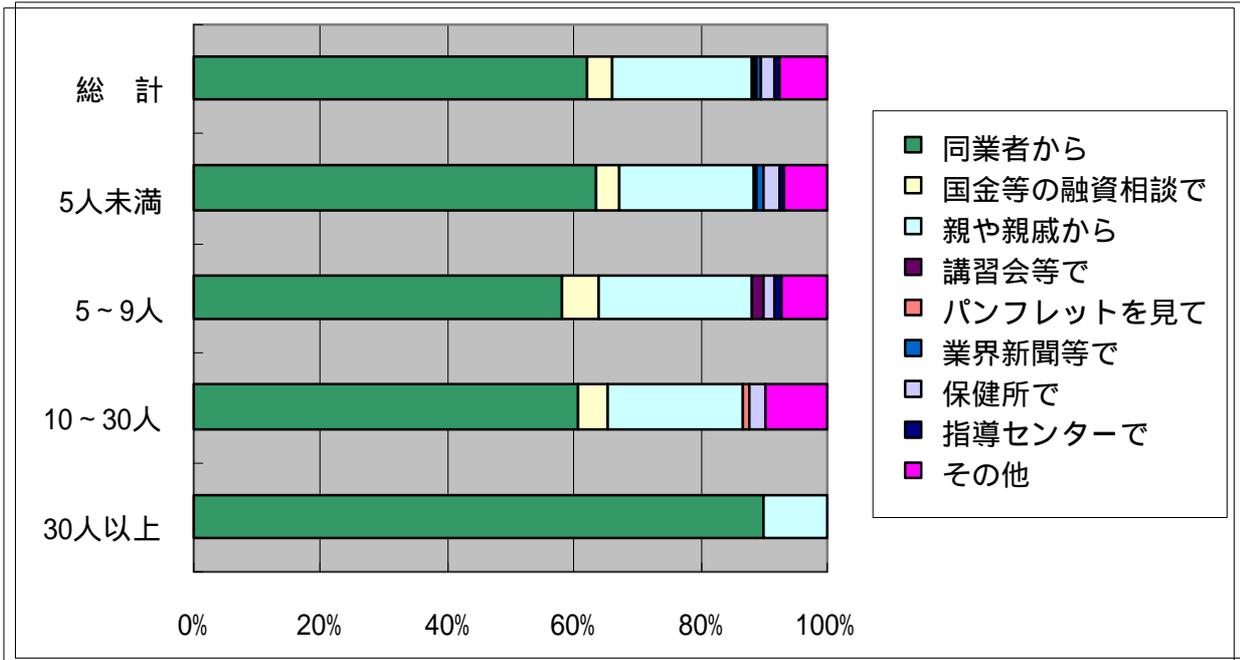
[ 年齢別 ]



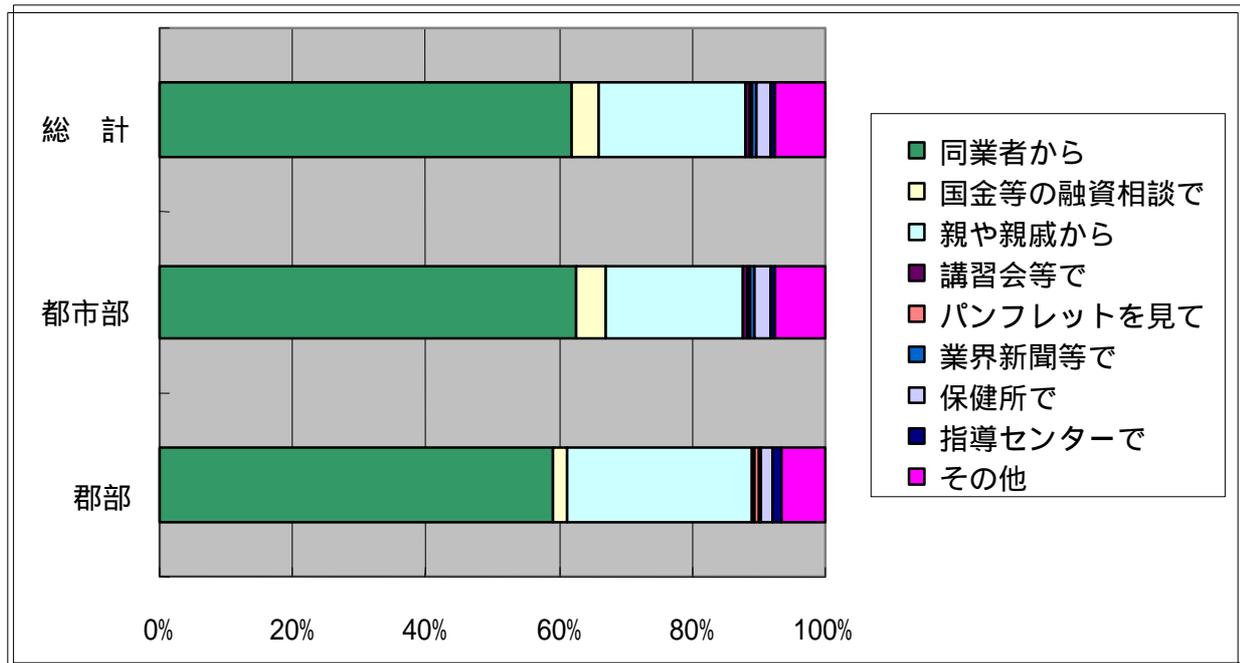
[ 経営形態別 ]



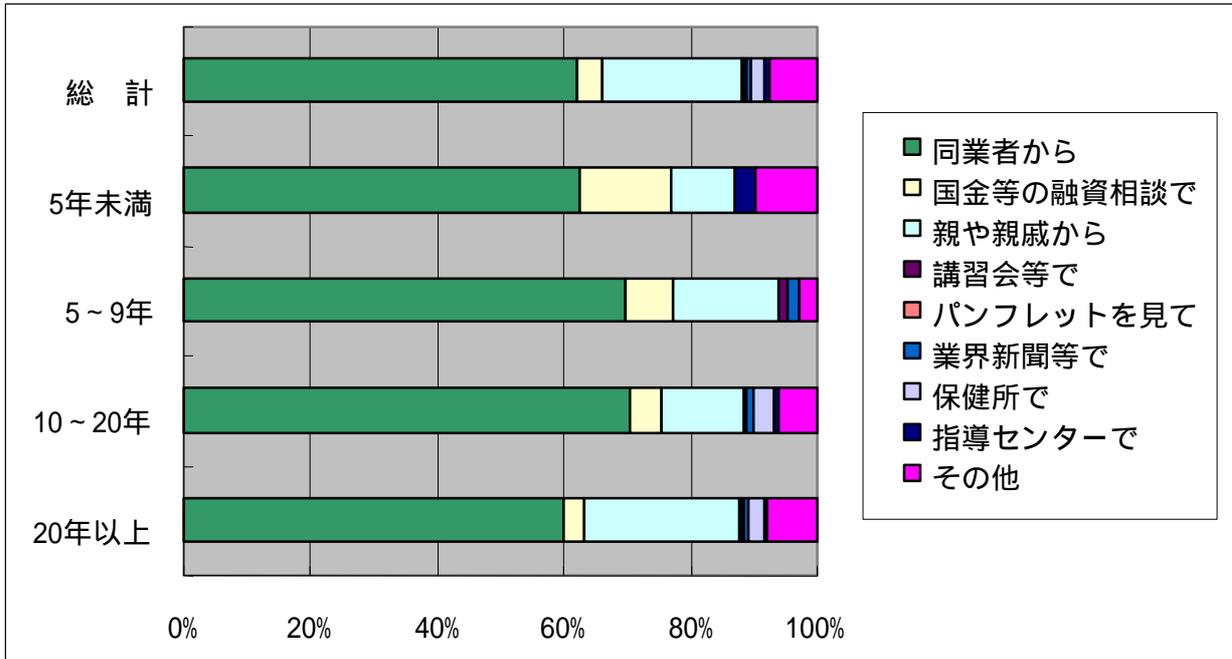
[ 従業員数別 ]



[ 地域別 ]



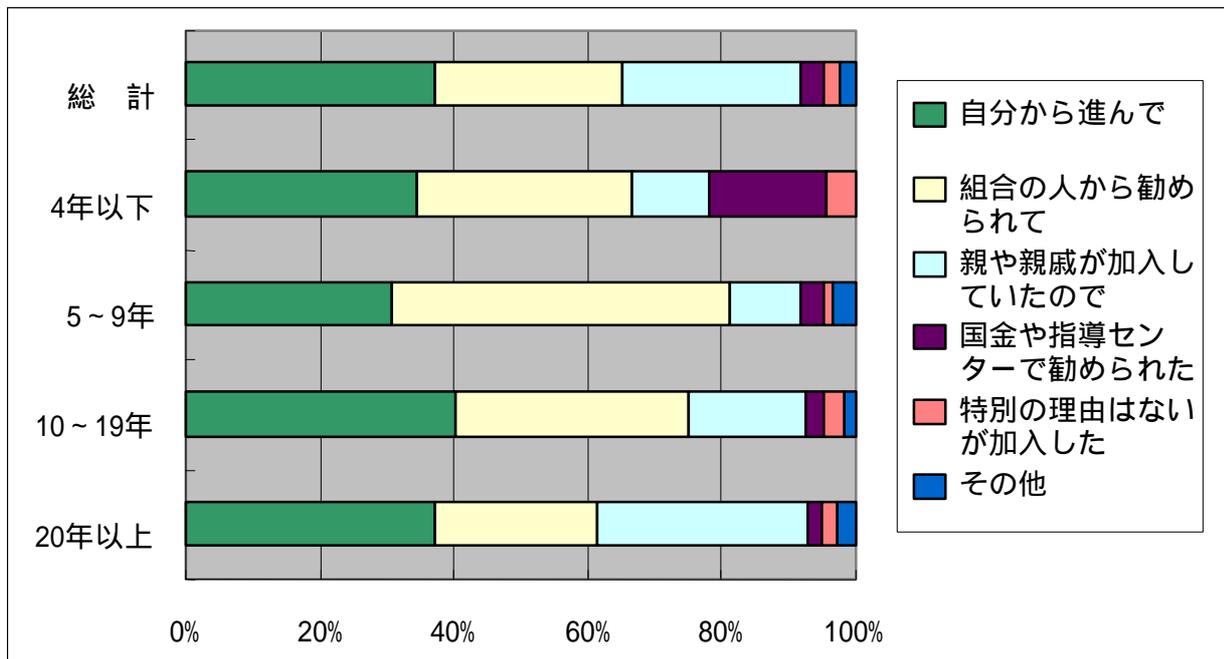
[ 業歴別 ]



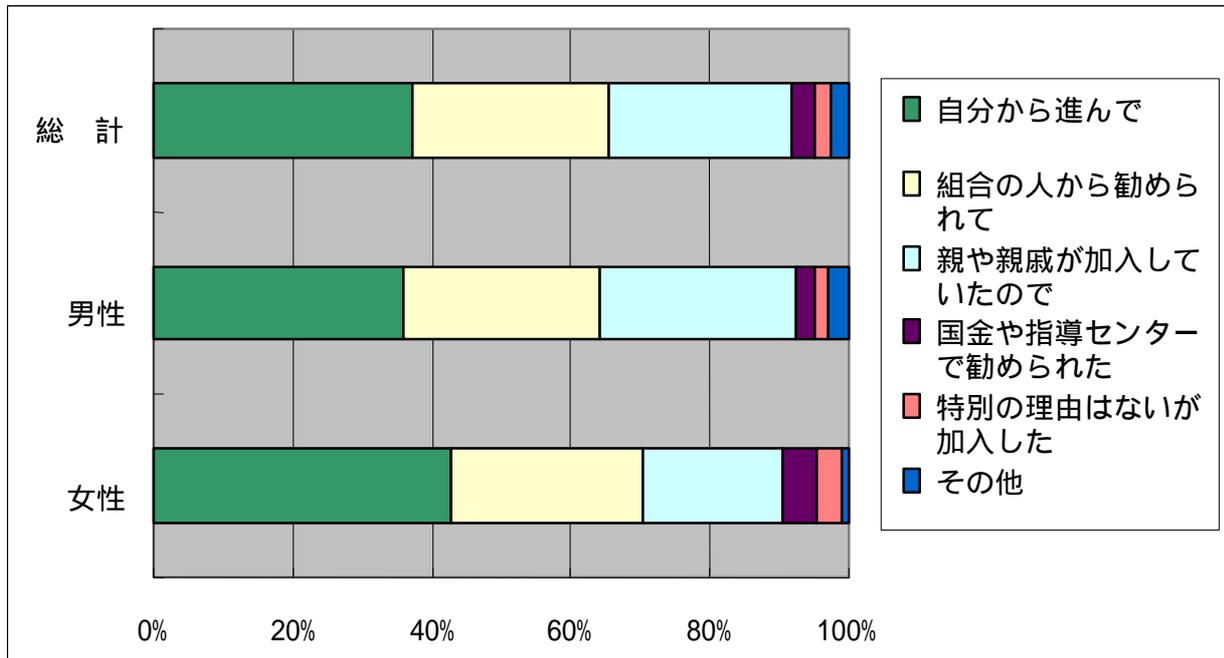
- ✓ 組合のことを知ったきっかけについて、全体では「同業者から」という理由が62.0%であった。
- ✓ 組合加入年度別では全てが「同業者から」の比率が高く、4年以下が65.5%、5~9年が71.8%、10~19年が70.3%、20年以上が58.9%であった。
- ✓ 年齢別では、全てが「同業者から」の比率が高く、39歳以下51.3%、40~59歳61.2%、60歳以上が65.2%であった。ただ39歳以下は「親や親戚から」の比率が31.9%と高く、目立っている。
- ✓ 経営形態別では、全てが「同業者から」の比率が高く、個人専業63.4%、個人兼業59.2%、法人専業58.0%、法人兼業68.4%であった。
- ✓ 従業者数別では、全てが「同業者から」の比率が高く、5人未満63.6%、5~9人58.0%、10~30人60.7%、30人以上90.0%であり、特に30人以上は全体の90%と高く「親や親戚から」が低くなった。
- ✓ 地域別では、都市部、郡部ともに「同業者から」の比率が高く、都市部62.5%、郡部59.2%であり、都市部と郡部では違いがなかった。
- ✓ 業歴別では、全てが「同業者から」の比率が高く、5年未満62.3%、5~9年69.7%、10~20年70.4%、20年以上60.0%であった。ただ20年以上は「親や親戚から」の比率が24.6%と高く、目立っている。

組合加入の動機 [ n=1,421 ]

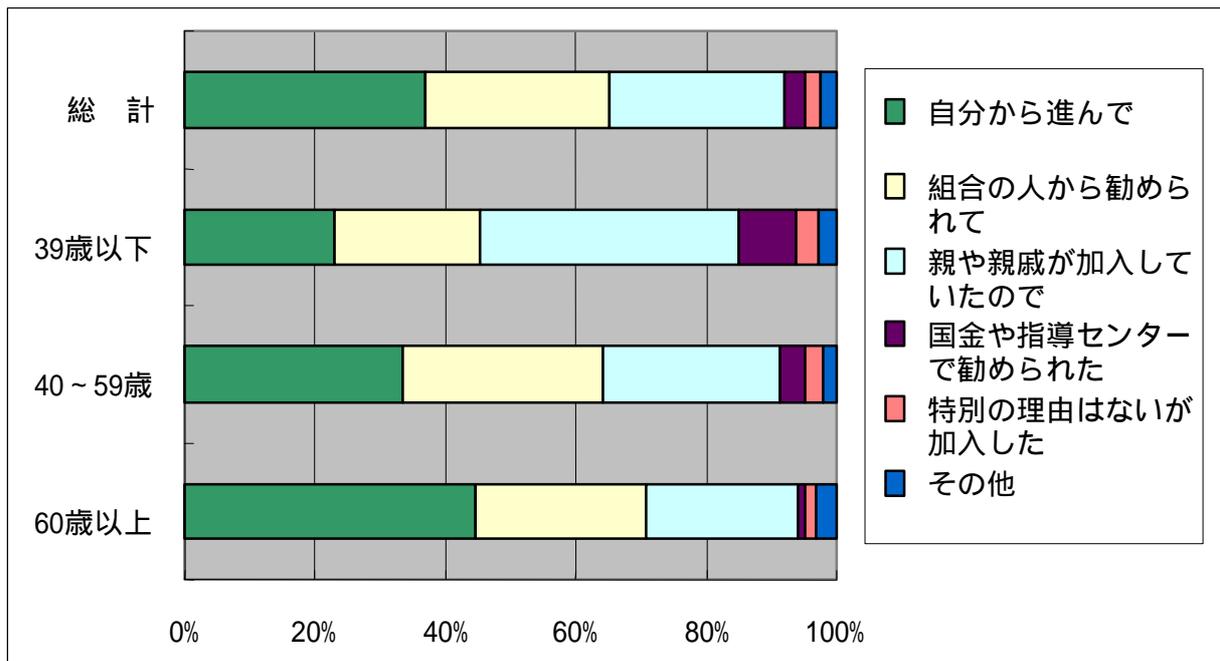
[ 組合加入年数別 ]



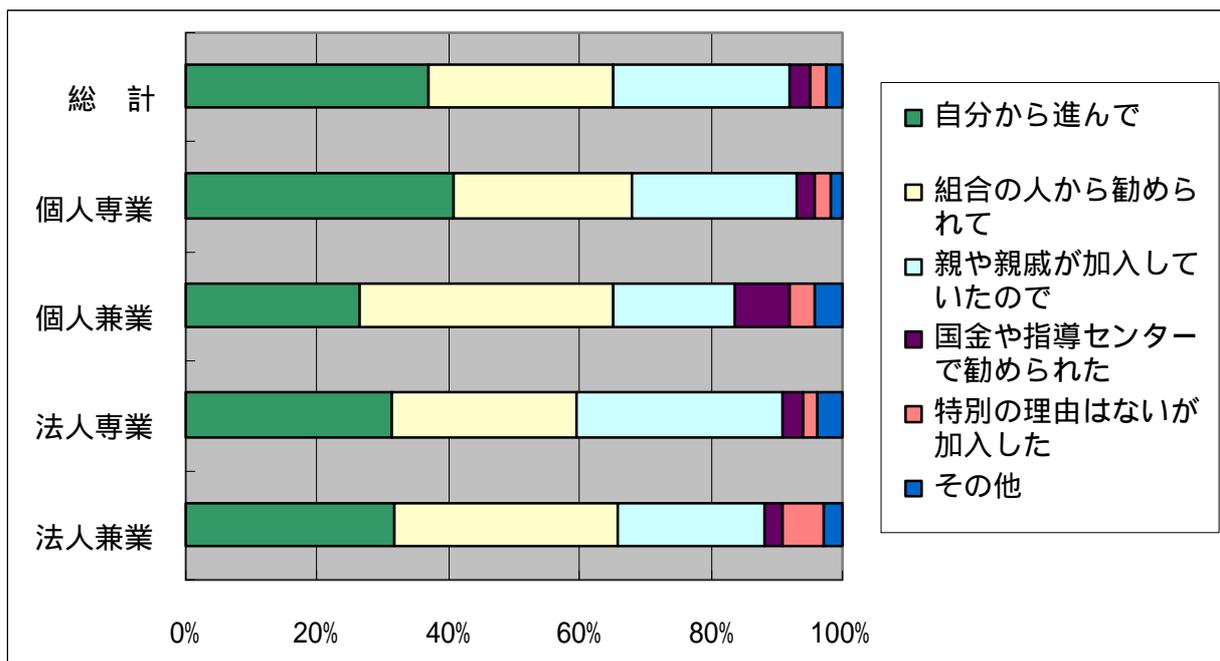
[ 性別 ]



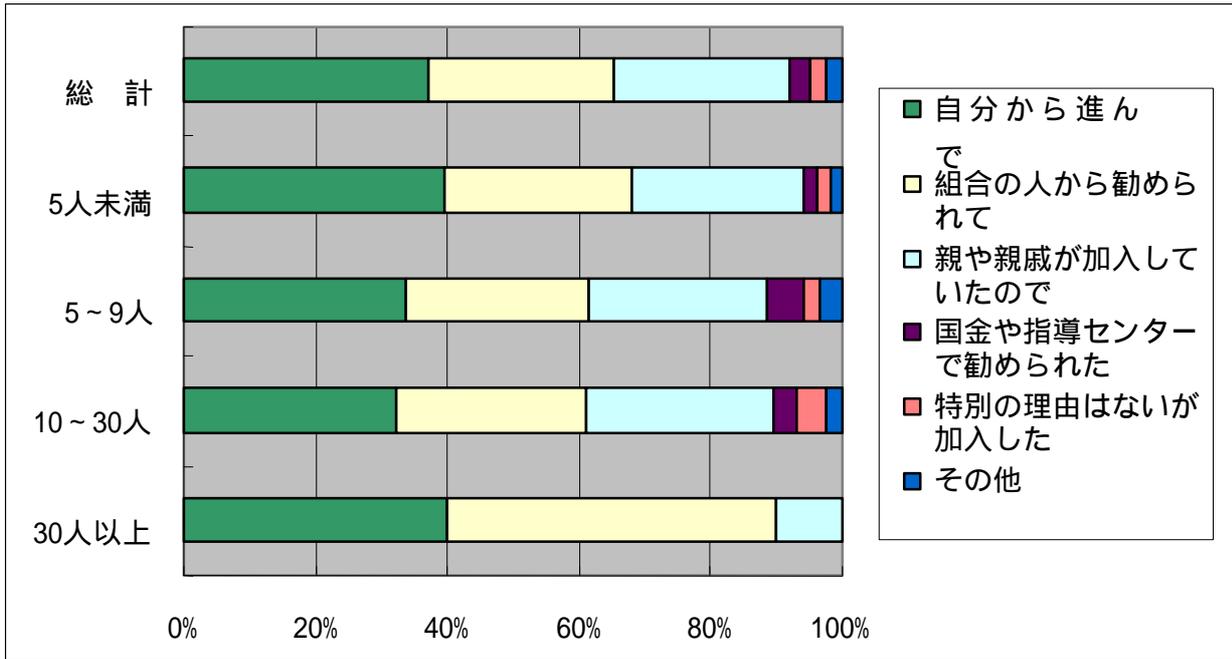
[ 年齢別 ]



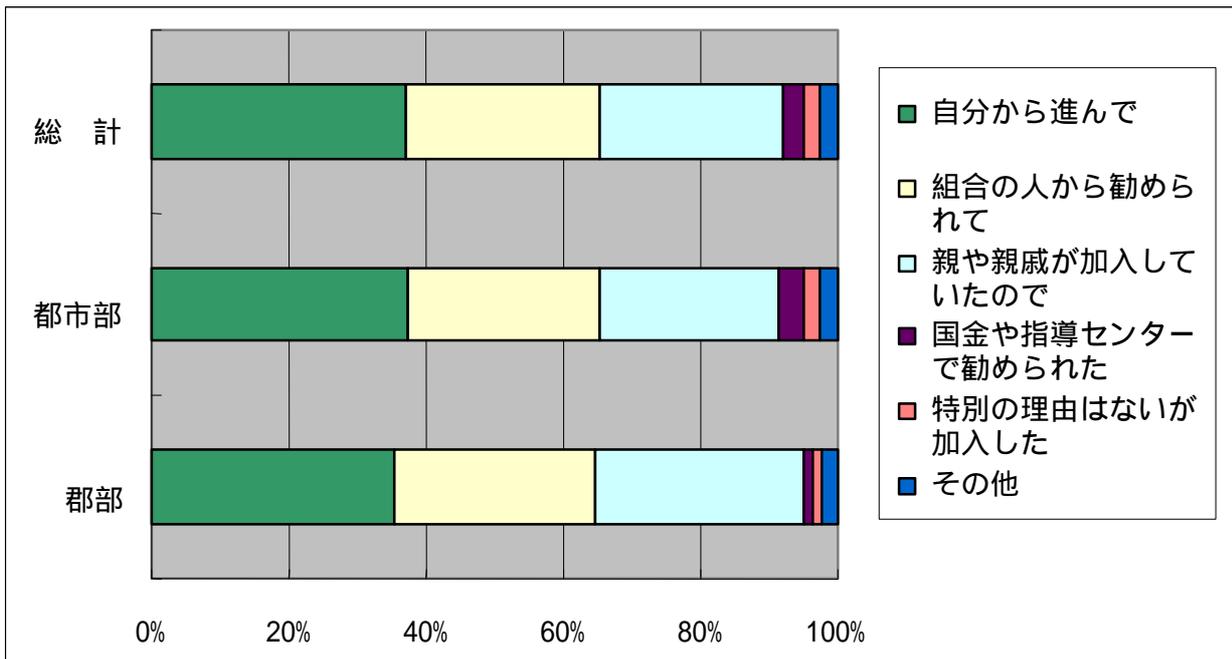
[ 経営形態別 ]



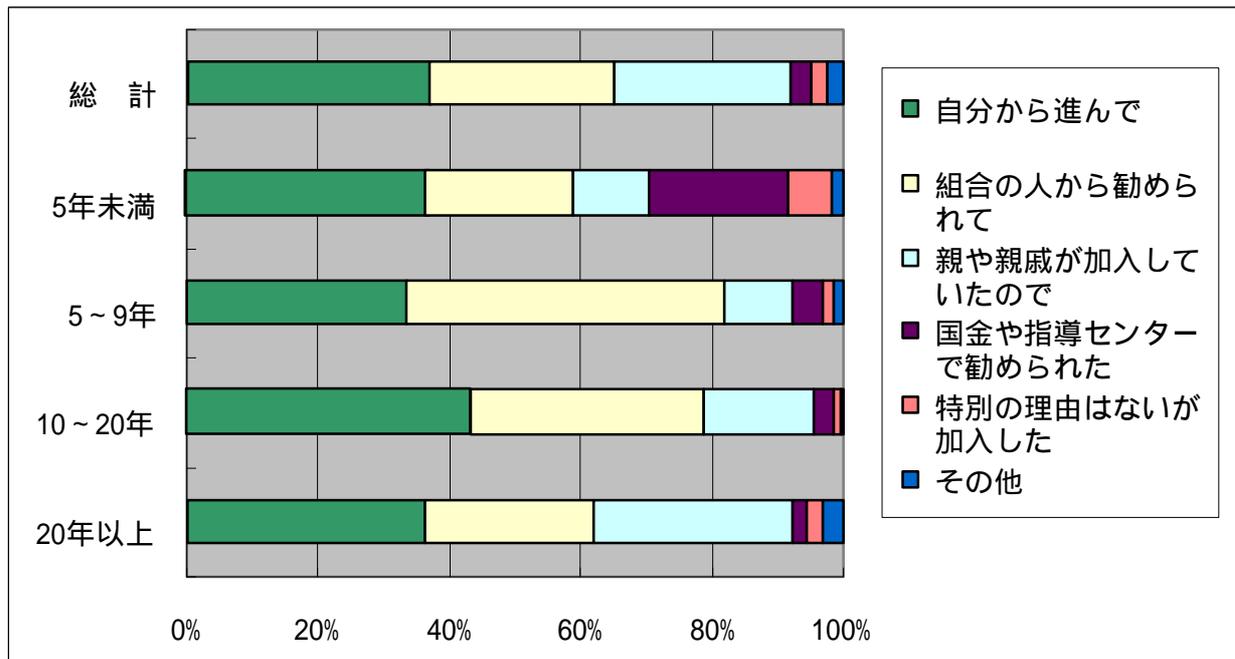
[ 従業者数別 ]



[ 地域別 ]



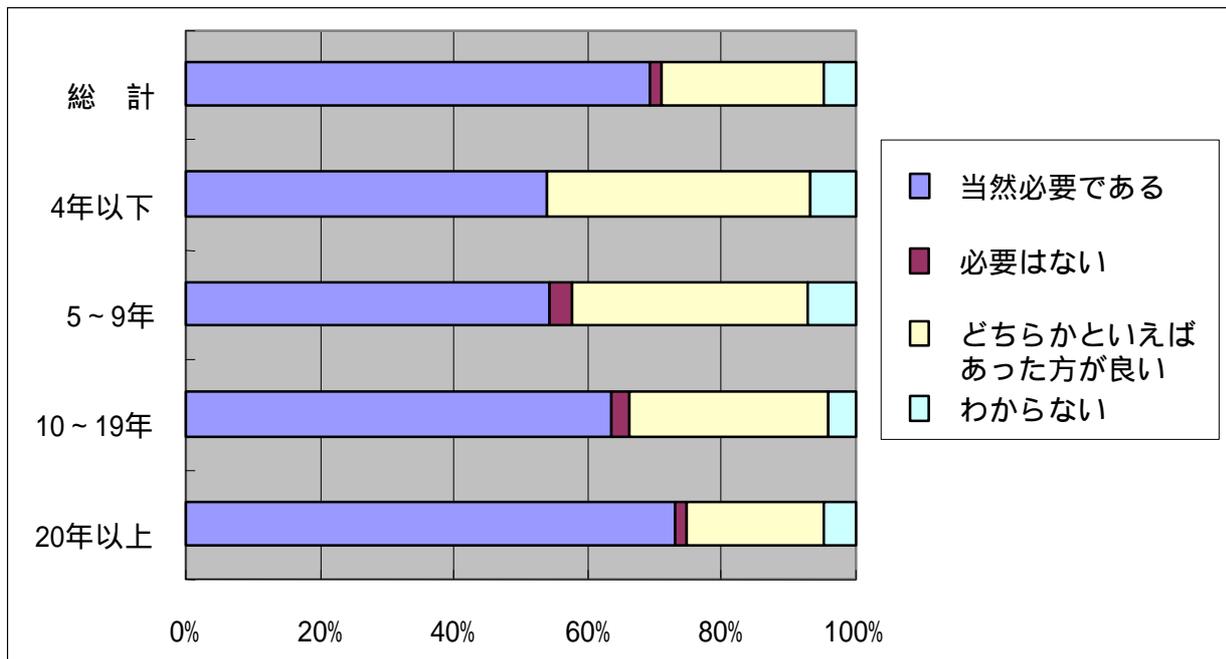
[ 業歴別 ]



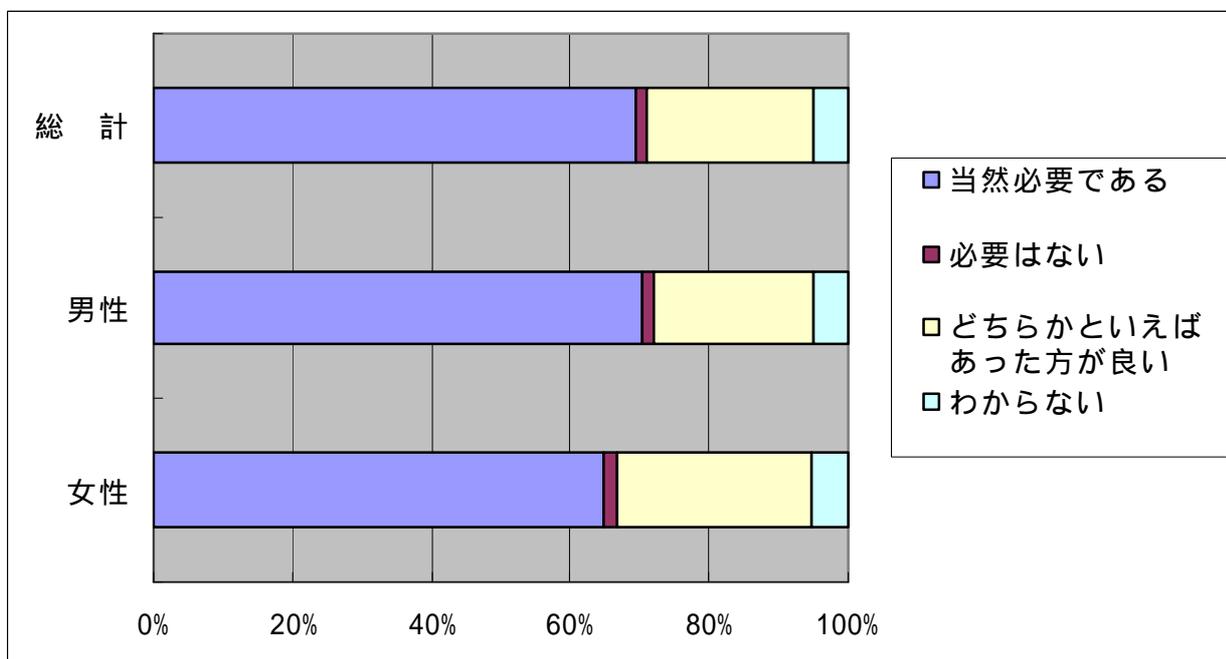
- ✓ 組合加入の動機について、全体では「自分から進んで」が37.1%、「組合の人から勧められて」が28.2%であった。
- ✓ 組合加入年度別では「自分から進んで」と「組合の人から勧められて」を合計数値で見ると、全てが60%の比率を超えている。その中で一つの特徴は、5~9年で「組合の人から勧められて」が50.6%と高い。また、20年以上では「親や親戚が加入していたので」が31.4%と高かった。
- ✓ 年齢別では、39歳以下で「自分から進んで」が23.0%と全体平均（37.1%）を下回り、60歳以上では44.5%と全体平均を上回った。若年層は「親や親戚が加入していたから」が高く、年齢が上がるほどその割合は低くなるが「自分から進んで」の割合が高くなっている。
- ✓ 経営形態別では、個人専業、個人兼業、法人専業、法人兼業共に、「自分から進んで」「組合の人から勧められて」「親や親戚が加入していたので」の合計数値で80%~90%に達している。
- ✓ 従業者別では、総体的に「自分から進んで」「組合の人から勧められて」「親や親戚が加入していたので」の合計数値が80%~90%と高い。一つの特徴として、30人以上で「組合の人から勧められて」が50.0%と高いのが目立った。
- ✓ 地域別では「都市部」「郡部」とも、「自分から進んで」「組合の人から勧められて」「親や親戚が加入していたので」の合計数値で大半を占めている。都市部と郡部では違いはみられなかった。
- ✓ 業歴別では、全分類で「自分から進んで」と「組合の人から勧められて」が多くを占めている。ただ、5~9年で「組合の人から勧められて」が48.5%と高いのが目立った。

組合の必要性 [ n=1,421 ]

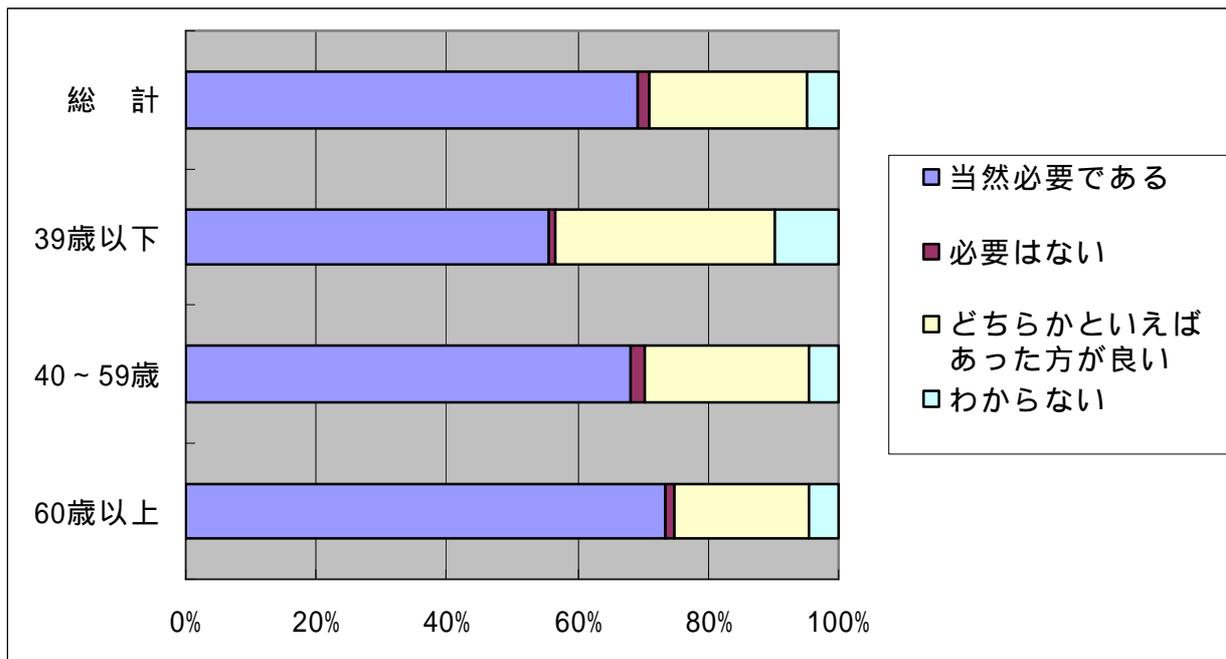
[ 組合加入年数別 ]



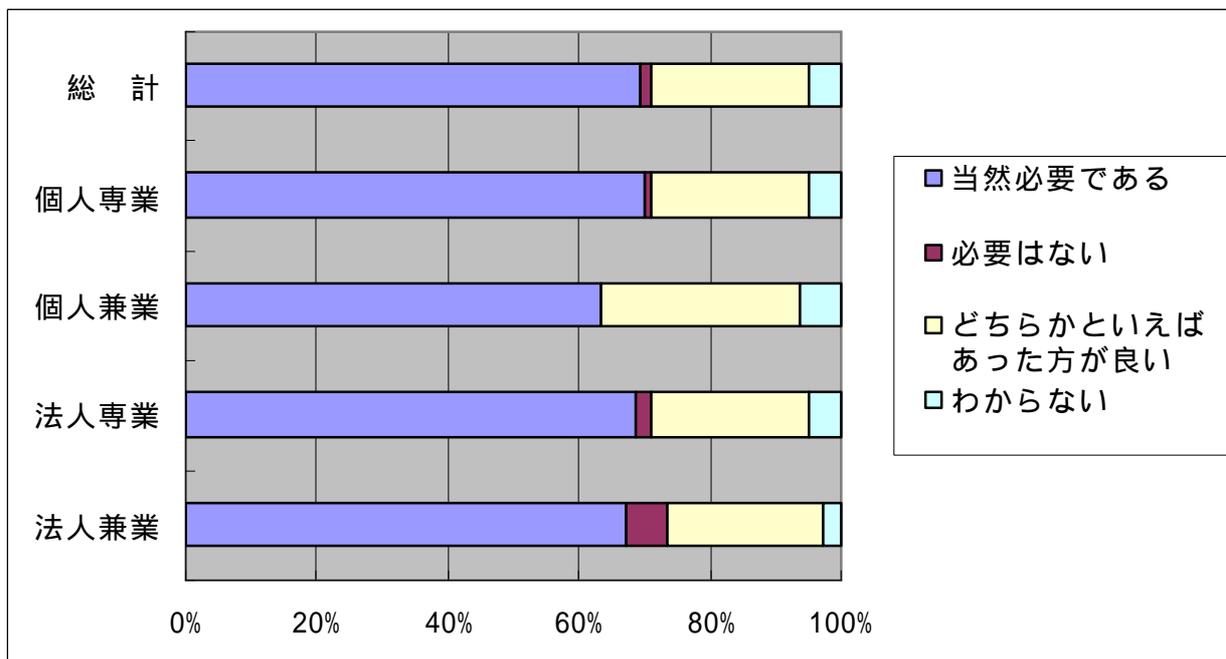
[ 性別 ]



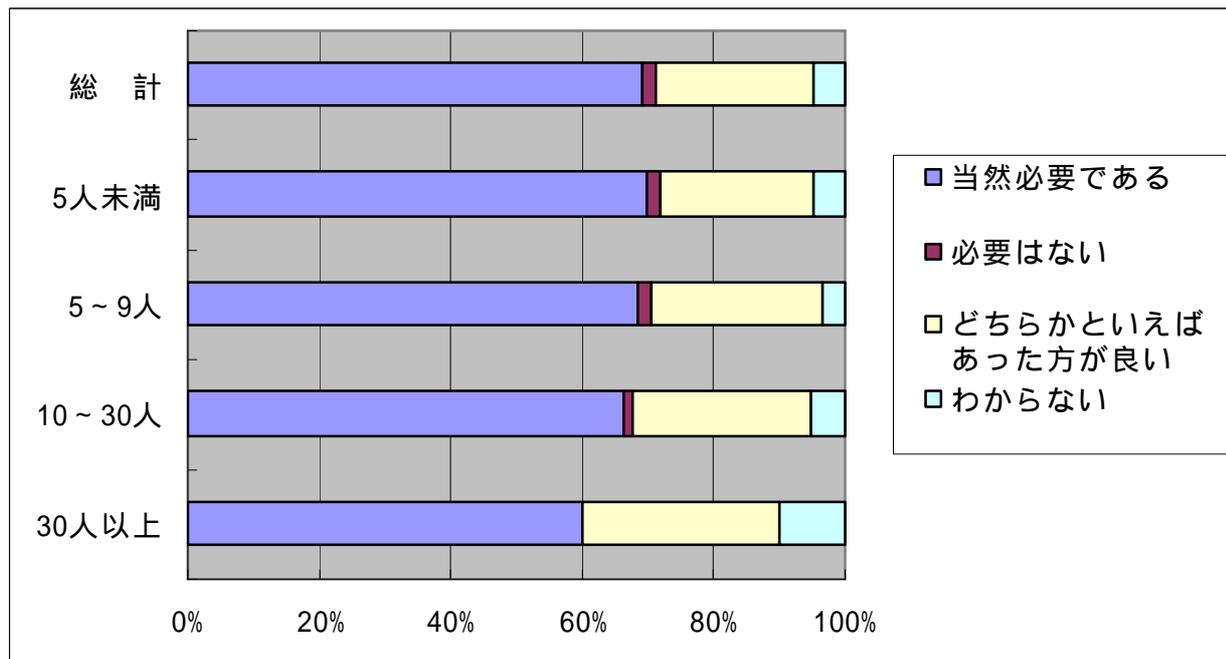
[ 年齢別 ]



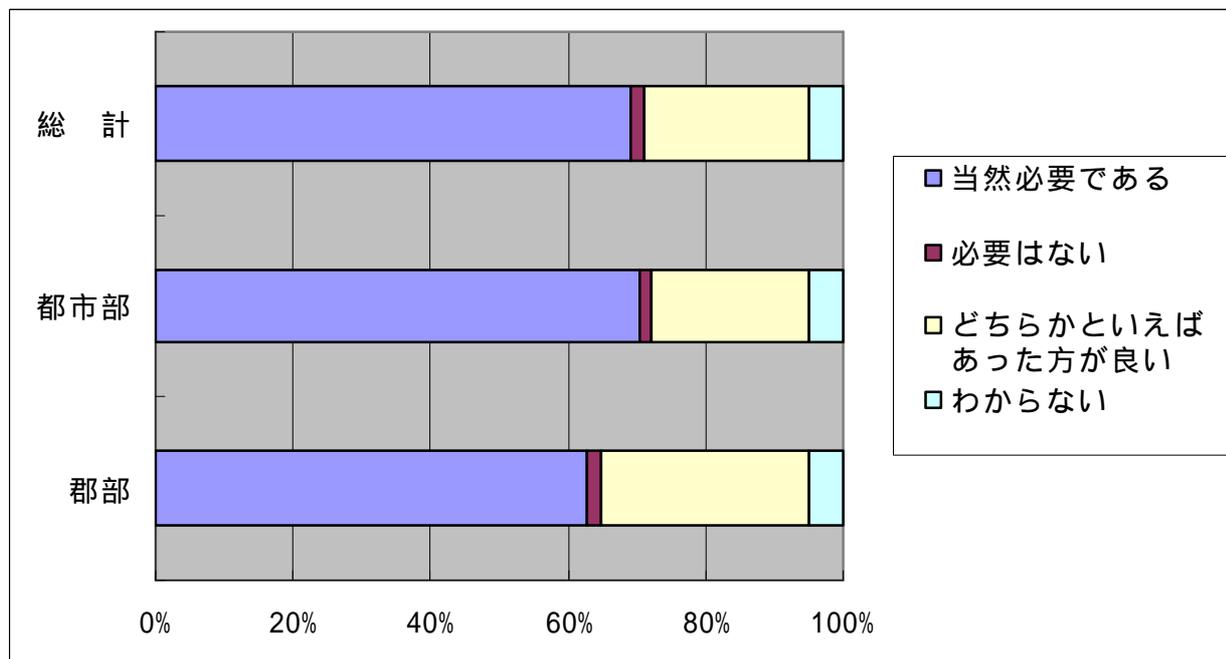
[ 経営形態別 ]



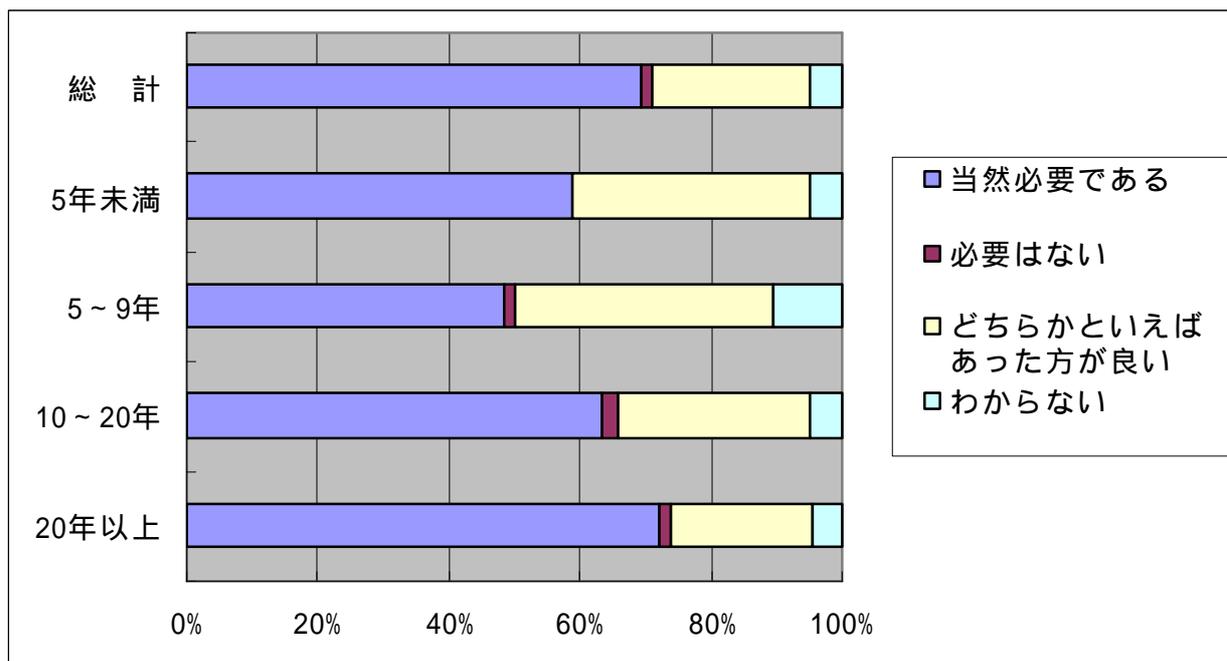
[ 従業者数別 ]



[ 地域別 ]



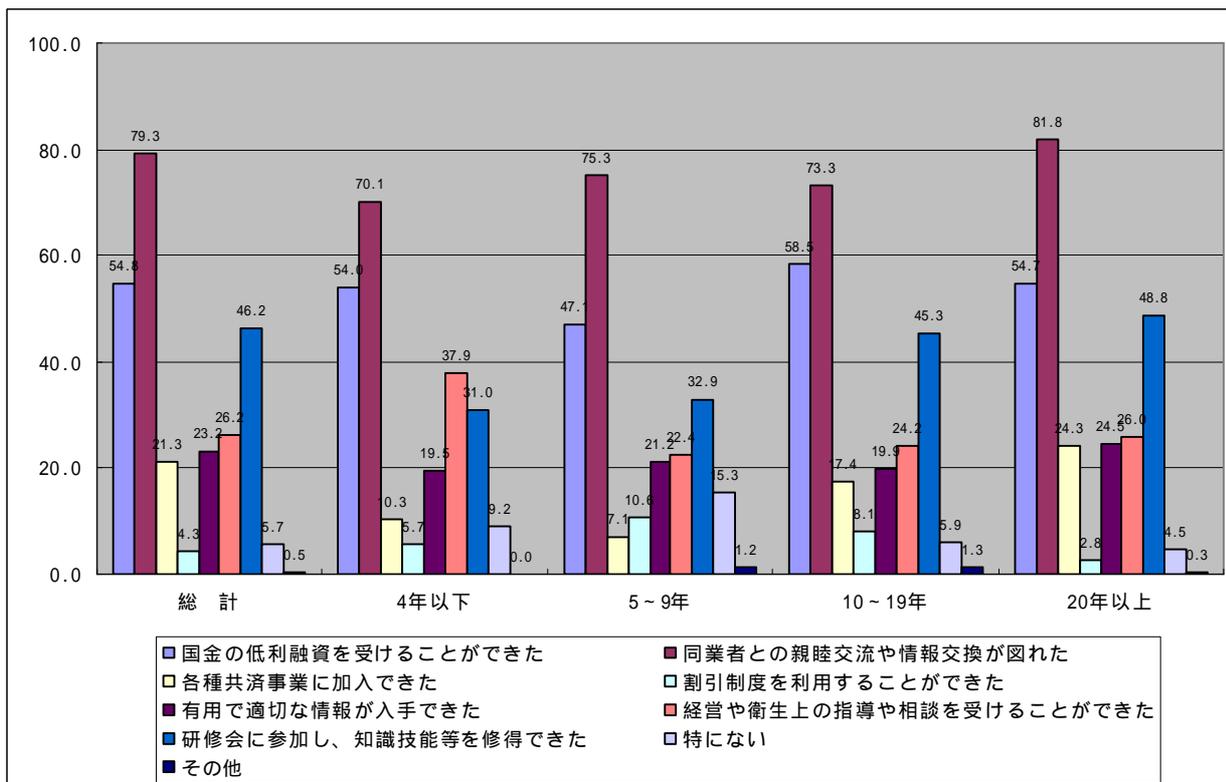
[ 業歴別 ]



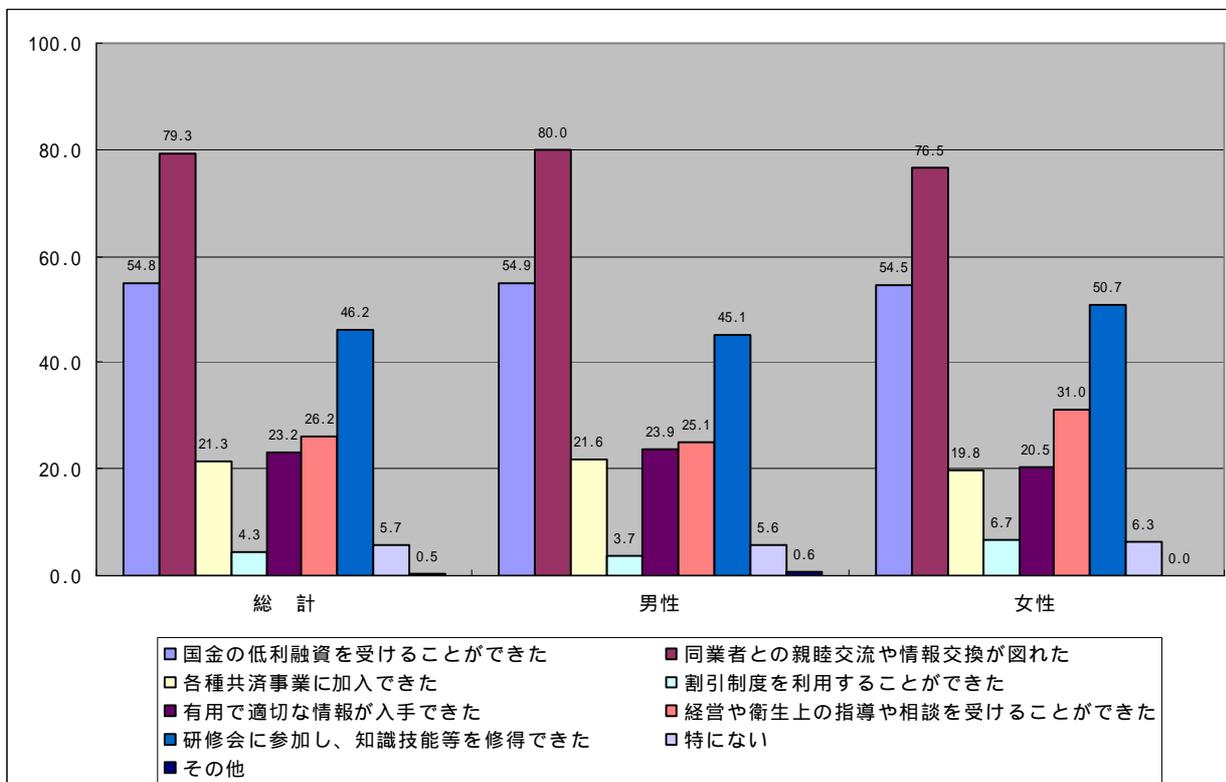
- ✓ 組合の必要性について、全体では「当然必要である」が69.2%であった。
- ✓ 組合加入年度別では「当然必要である」が4年以下で54.0%と全体平均（69.2%）を下回っているが、加入年数が増加するにつれて上回り、20年以上では73.1%と高かった。
- ✓ 年齢別でも「当然必要である」が39歳以下で55.8%と全体平均（69.2%）を下回り、60歳以上では73.3%と全体平均を上回った。
- ✓ 男女別、経営形態別、従業者数別、地域別では全体的に「当然必要である」の比率が高く、違いはみられなかった。
- ✓ 業歴別では、「当然必要である」の比率が5～9年（48.5%）、5年未満（59.0%）で全体平均（69.2%）を下回った。

組合に加入して良かったと感じた事（複数回答） [ n=1,421 ]

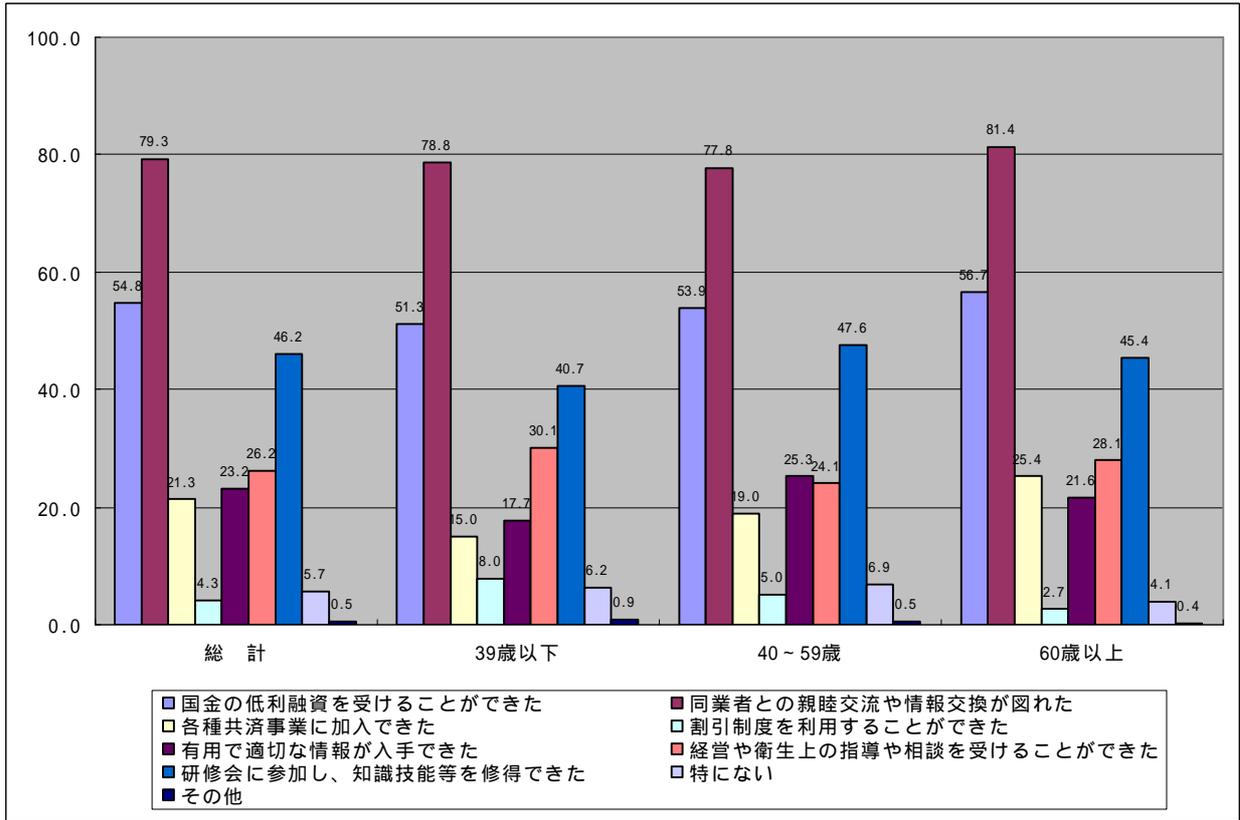
[ 組合加入年数別 ]



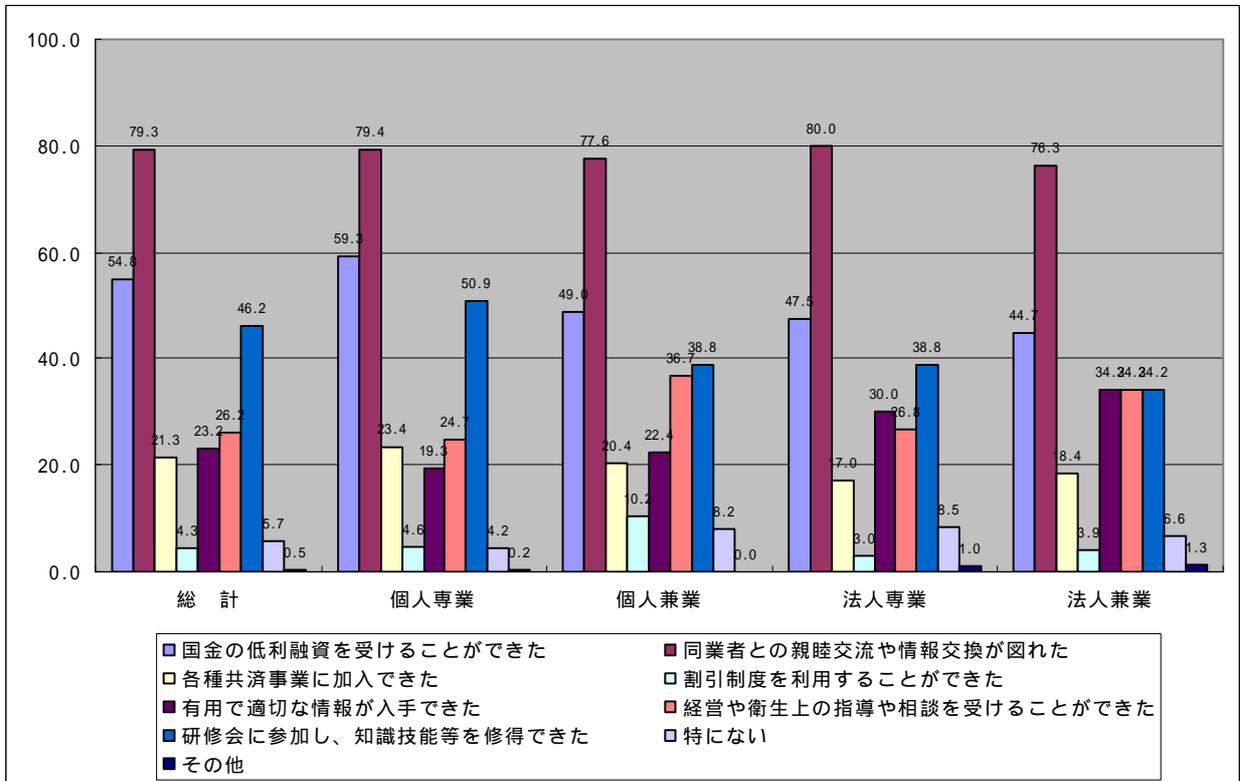
[ 性別 ]



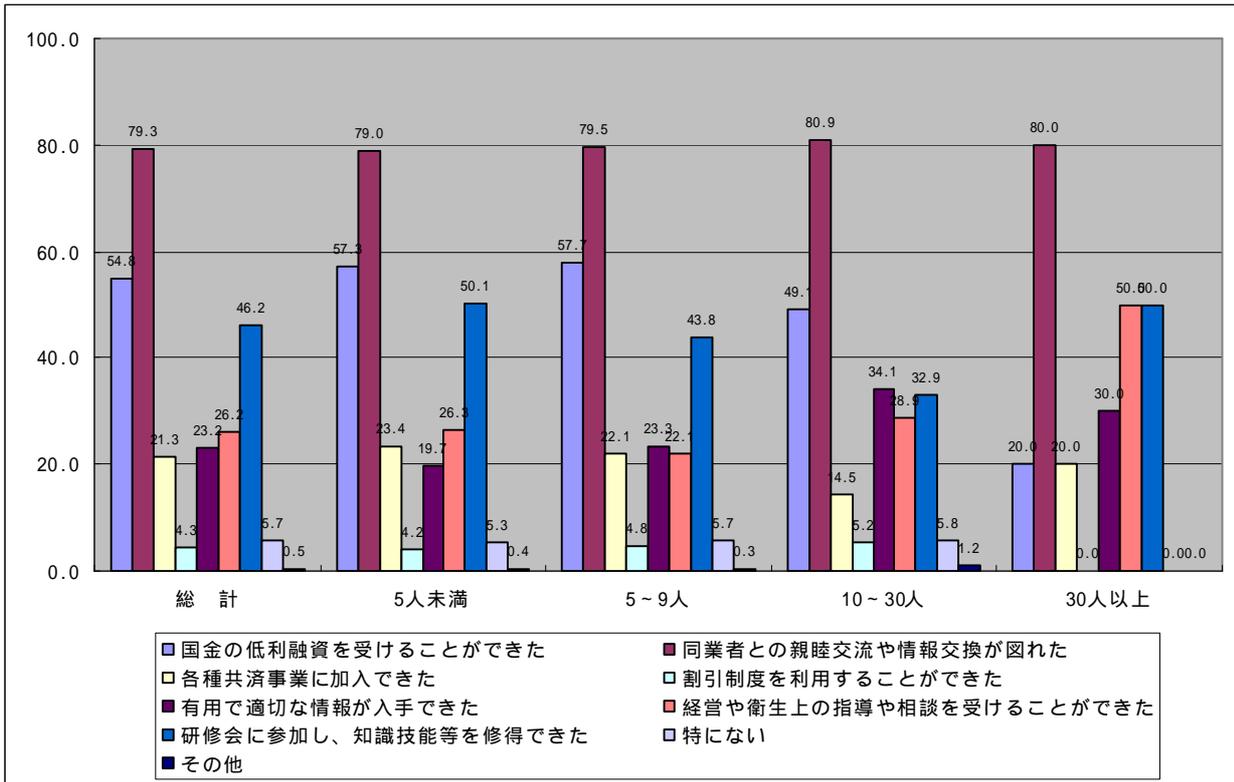
[ 年齢別 ]



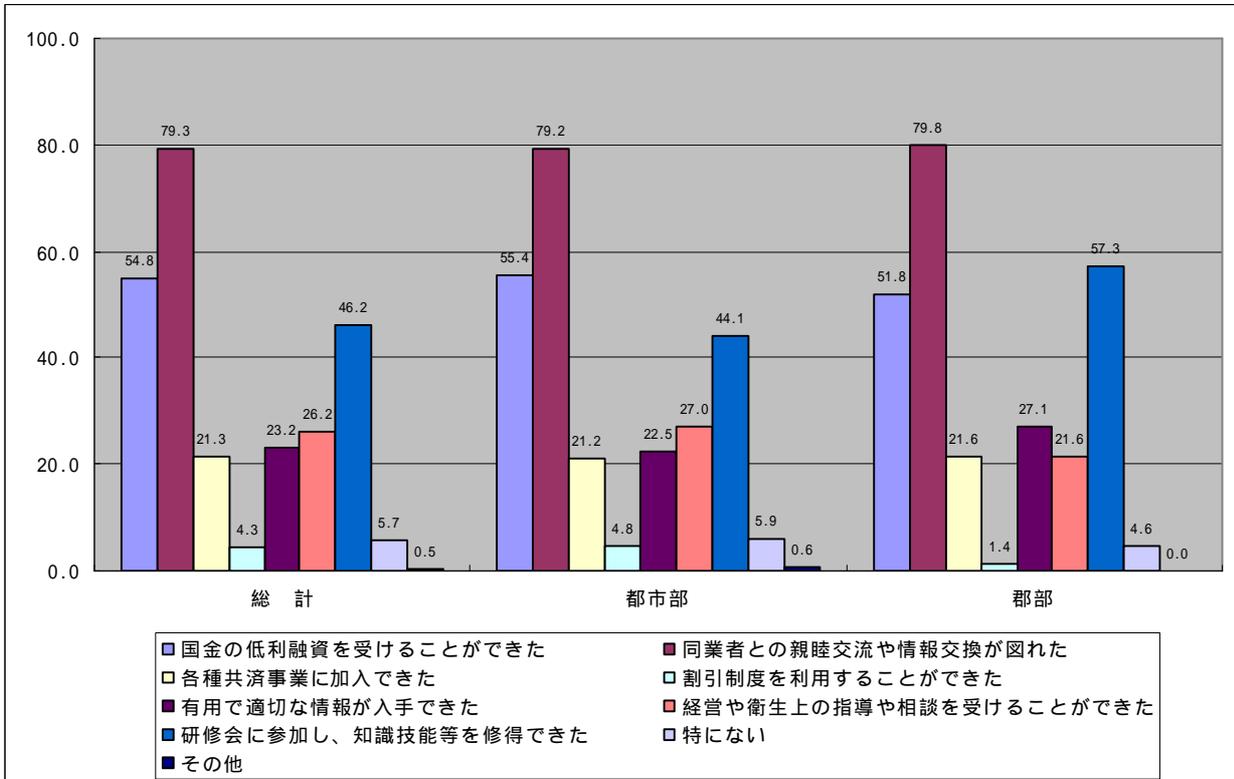
[ 経営形態別 ]



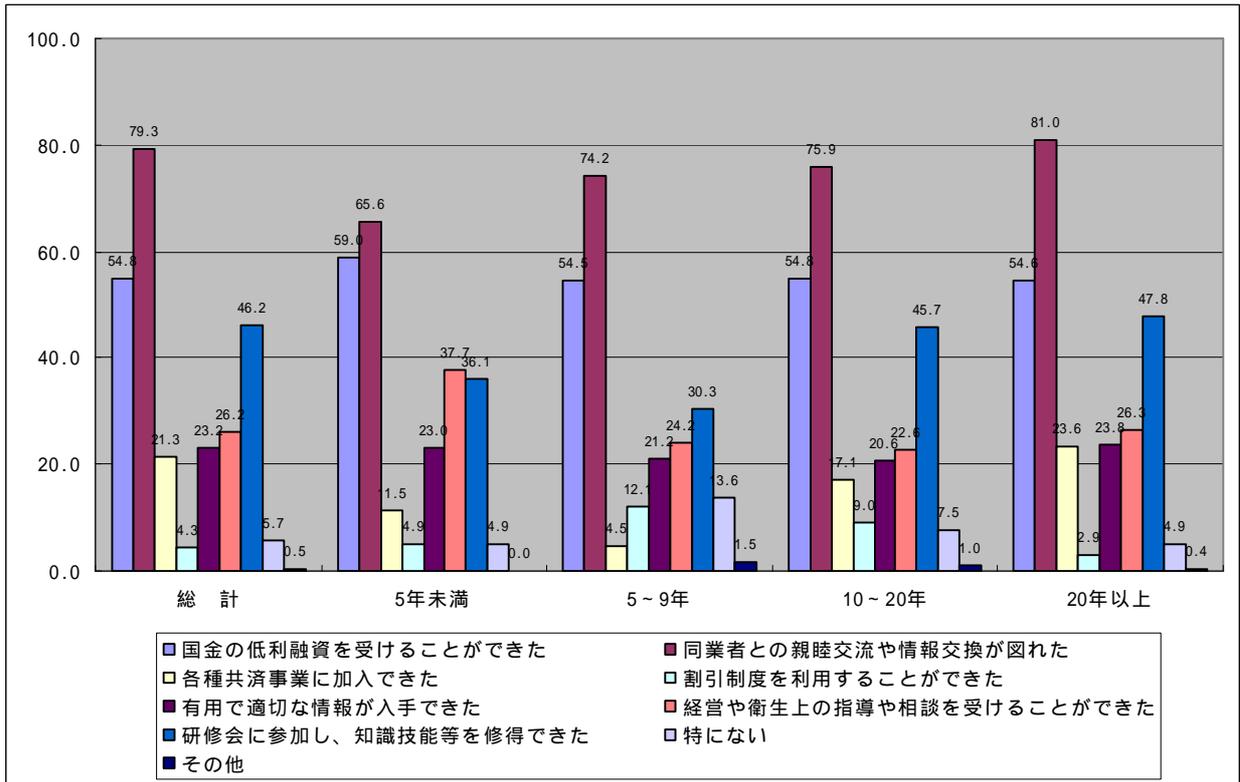
[ 従業者数別 ]



[ 地域別 ]



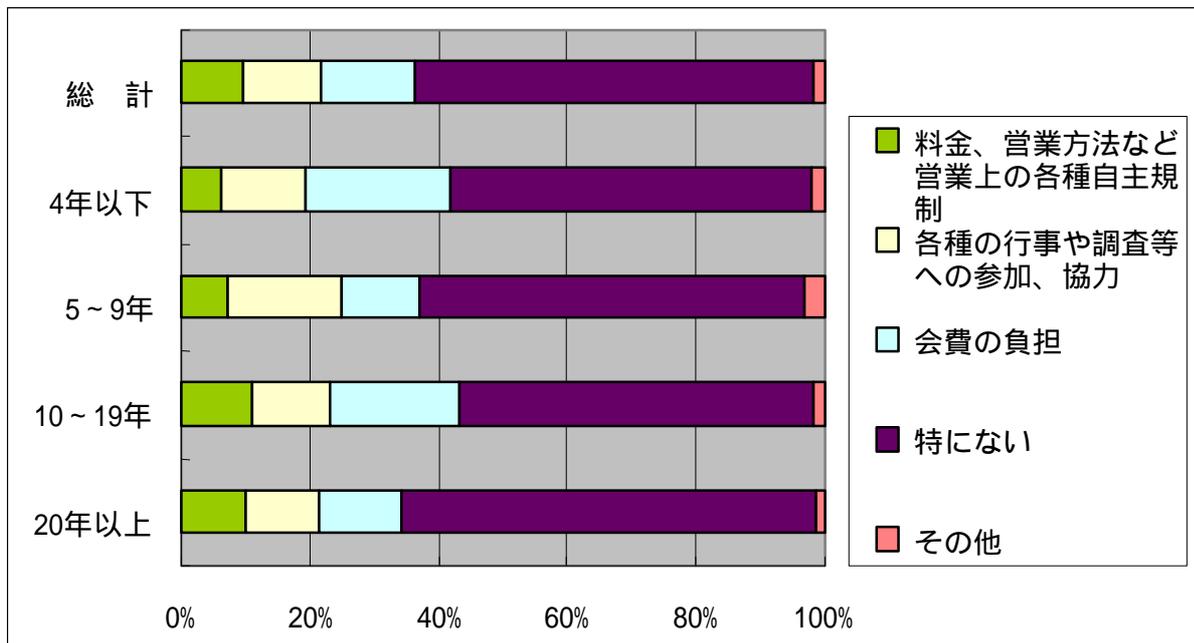
[ 業歴別 ]



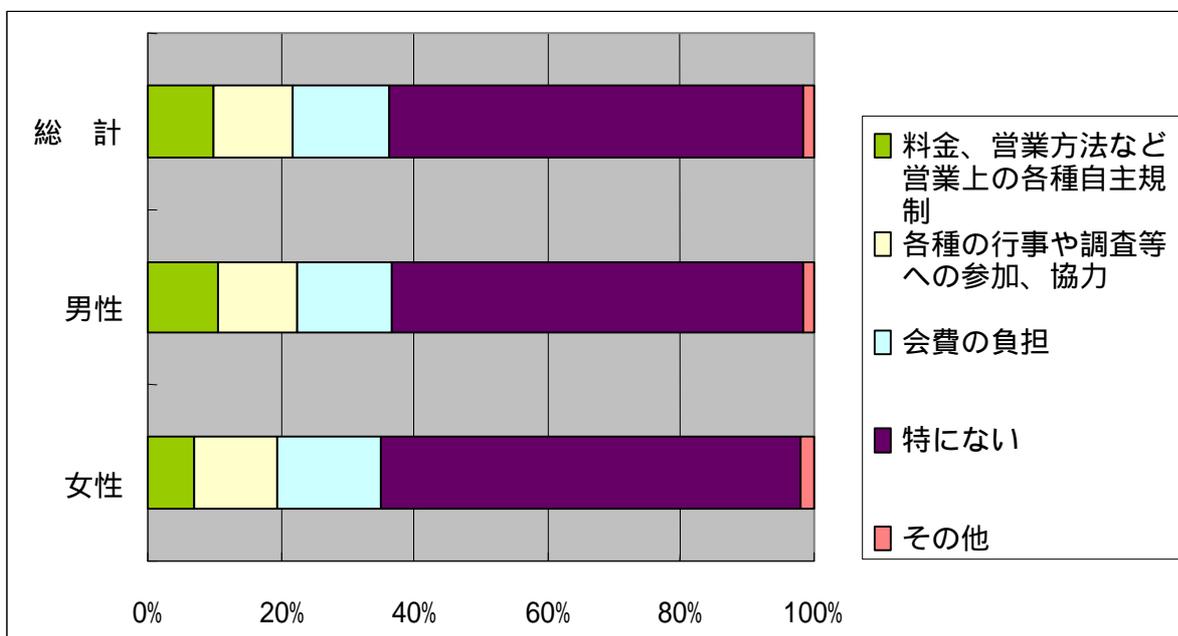
- ✓ 組合に加入して良かったと感じた事については、全体的に「同業者との親睦交流や情報交換が図れた」が79.3%と高かった。
- ✓ 組合加入年度別では「経営や衛生上の指導や相談を受けることができた」が4年以下では37.9%で他の加入年数と比較して高い。また、「研修会に参加し、知識技能等を修得できた」では加入年数が増えるほど高い結果となった。
- ✓ 性別、年齢別、経営形態別、従業者数別、業歴別は大きな違いは見られなかった。
- ✓ 従業者数別では、「経営や衛生上の指導や相談を受けることができた」の割合は、従業者数が大きいほど割合も高い。
- ✓ 地域別では「同業者との親睦交流や情報交換が図れた」の比率が高い。その中で郡部での「研修会に参加し、知識技能等を修得できた」が57.3%と都市部（44.1%）と比較して高かった。

組合に加入して障害であると感じた事 [ n=1,419 ]

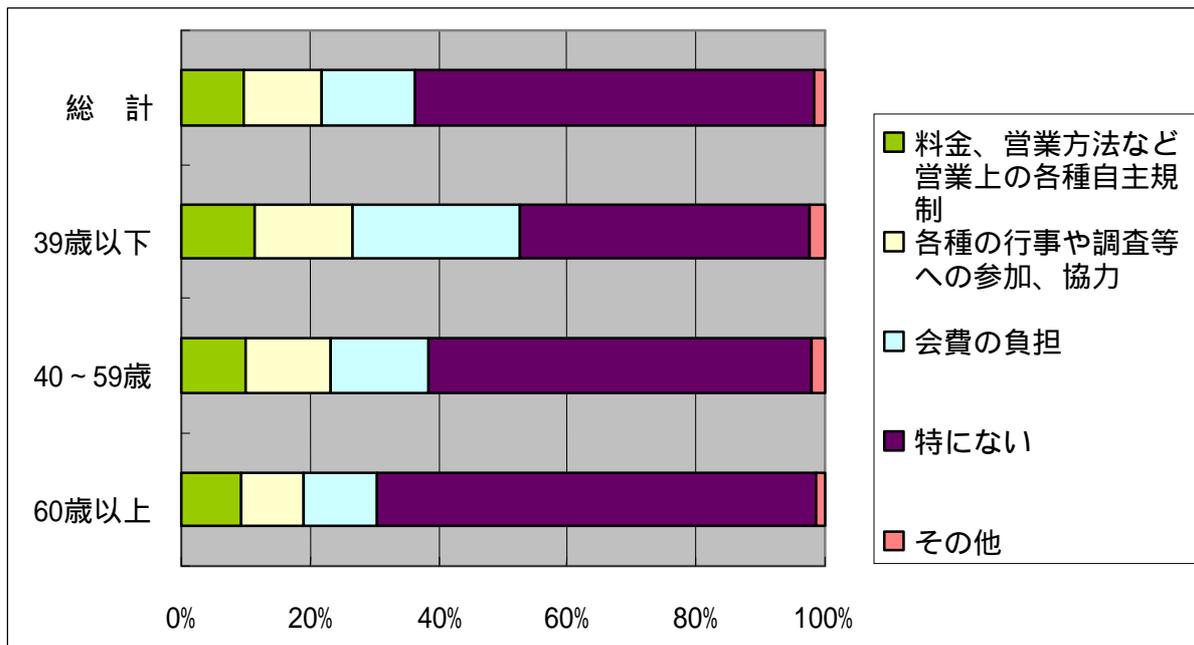
[ 組合加入年数別 ]



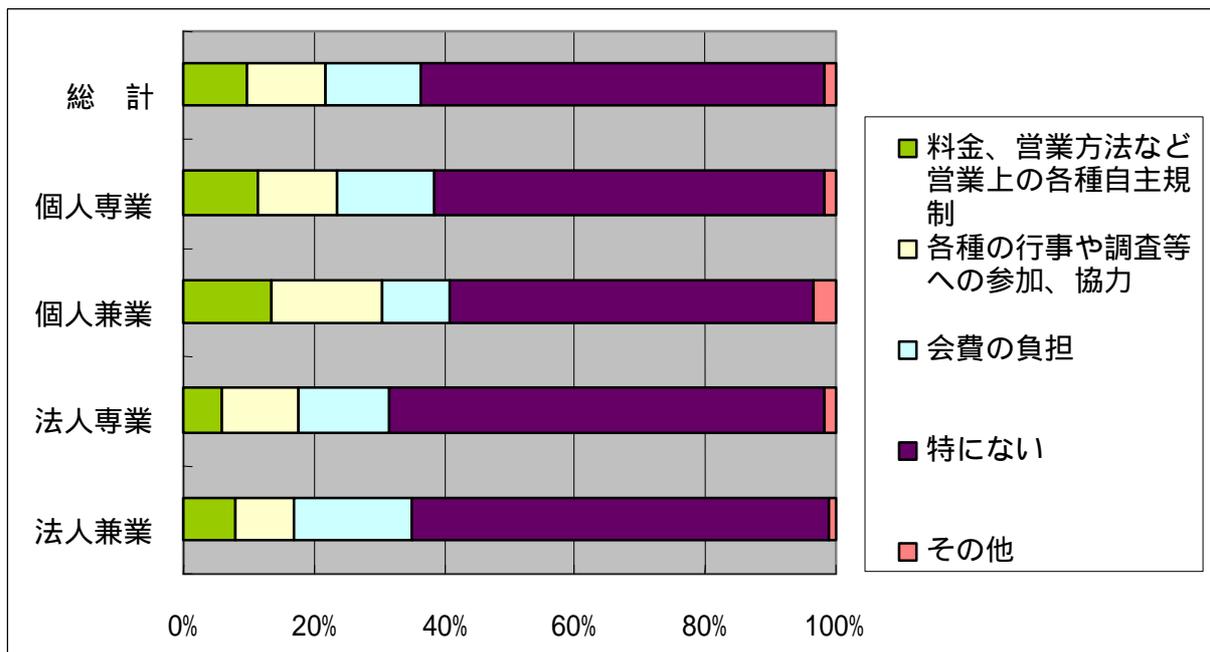
[ 性別 ]



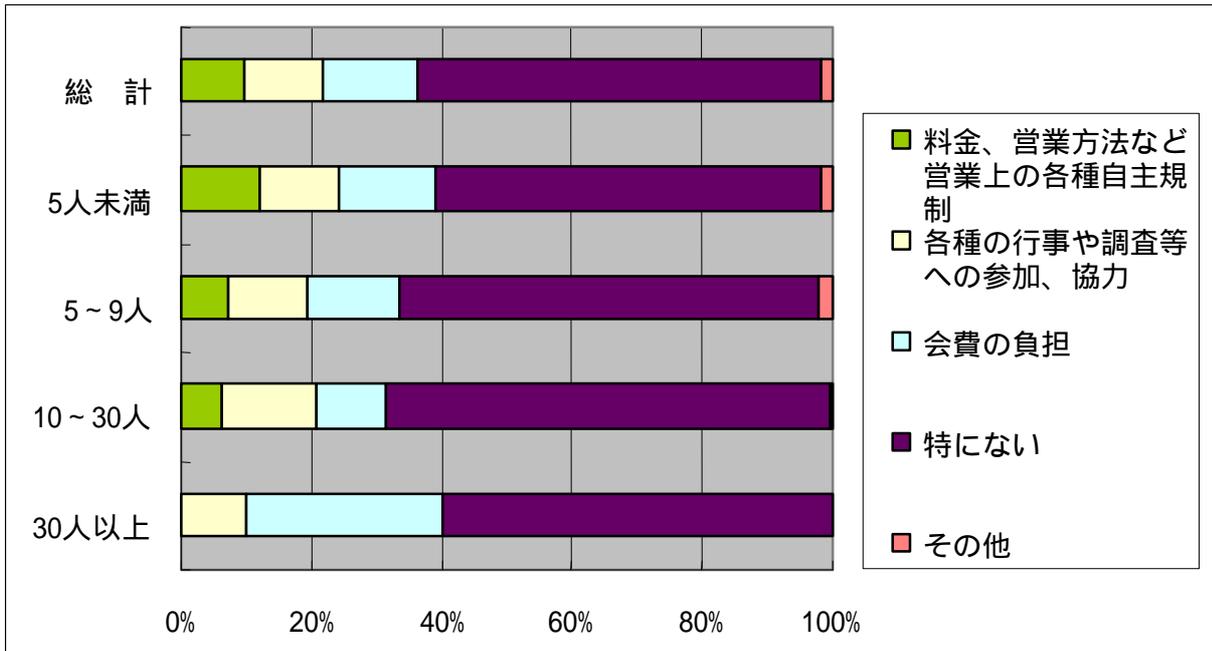
[ 年齢別 ]



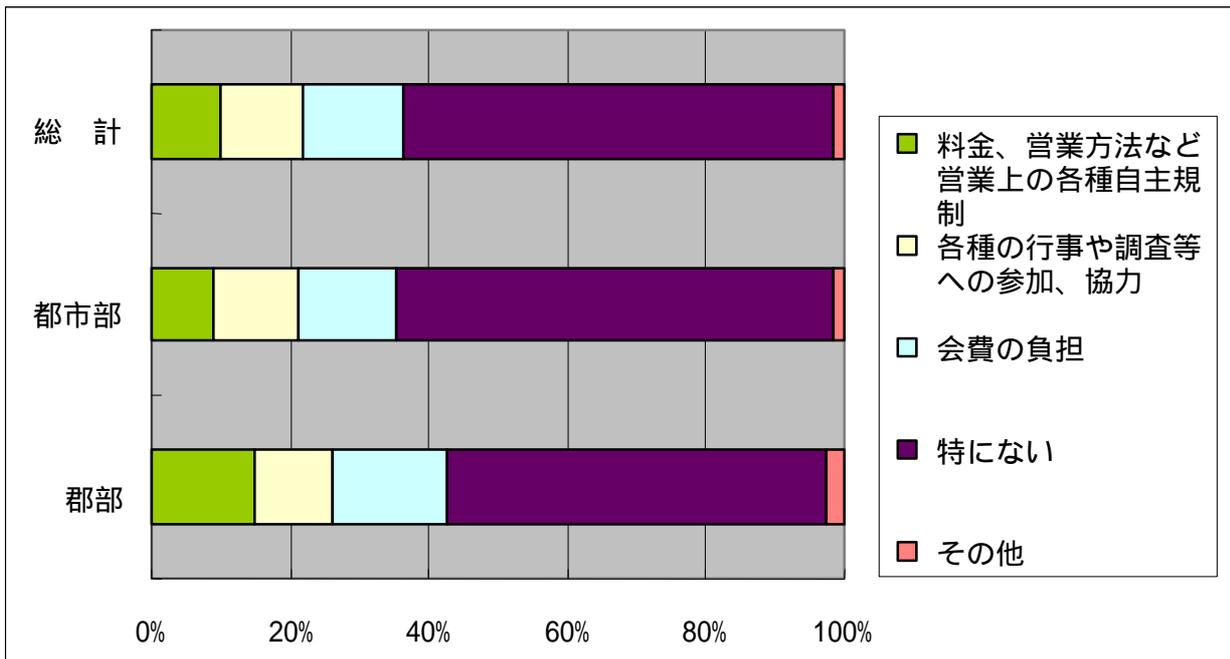
[ 経営形態別 ]



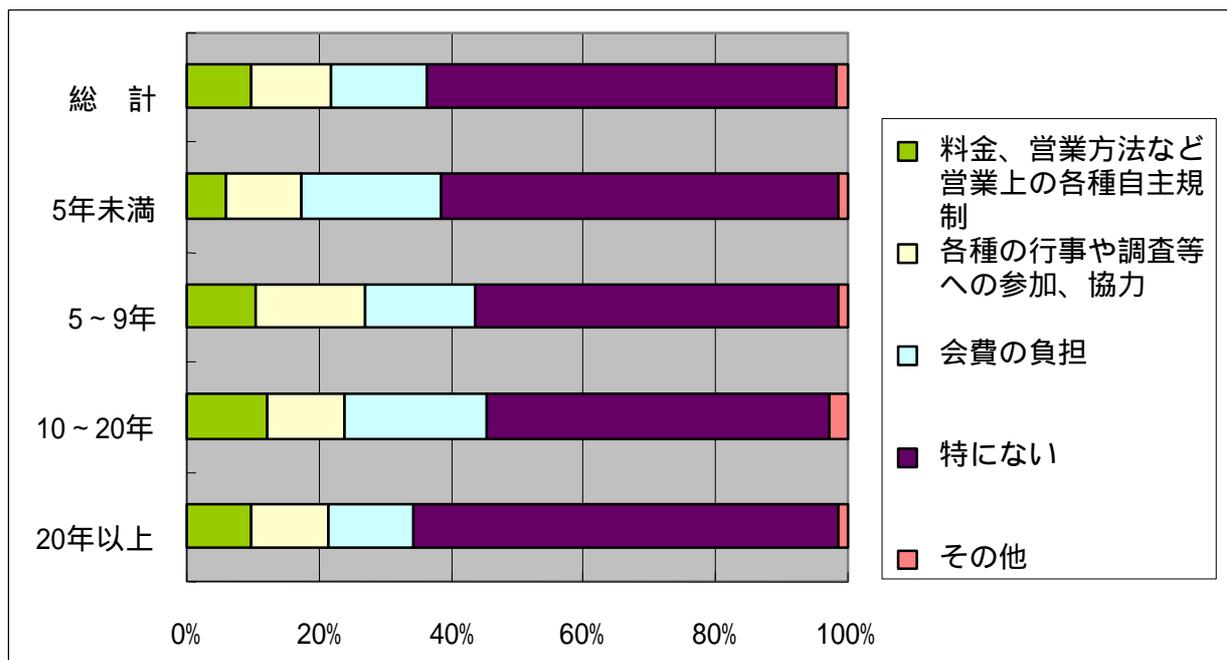
[ 従業者数別 ]



[ 地域別 ]



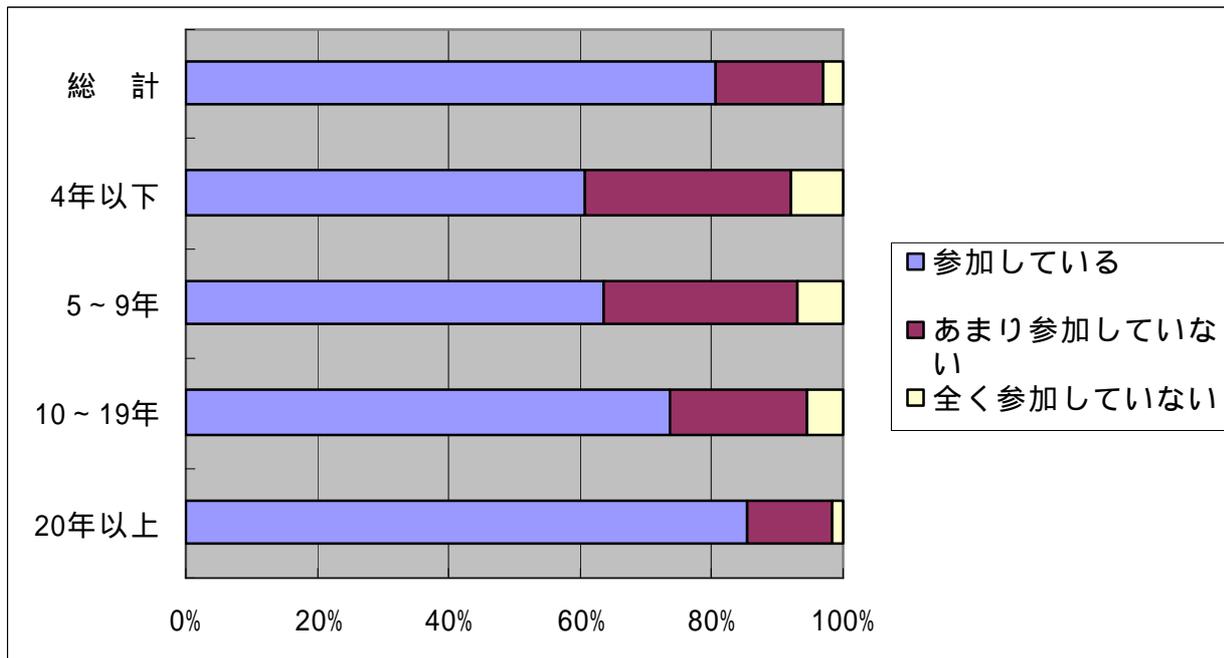
[ 業歴別 ]



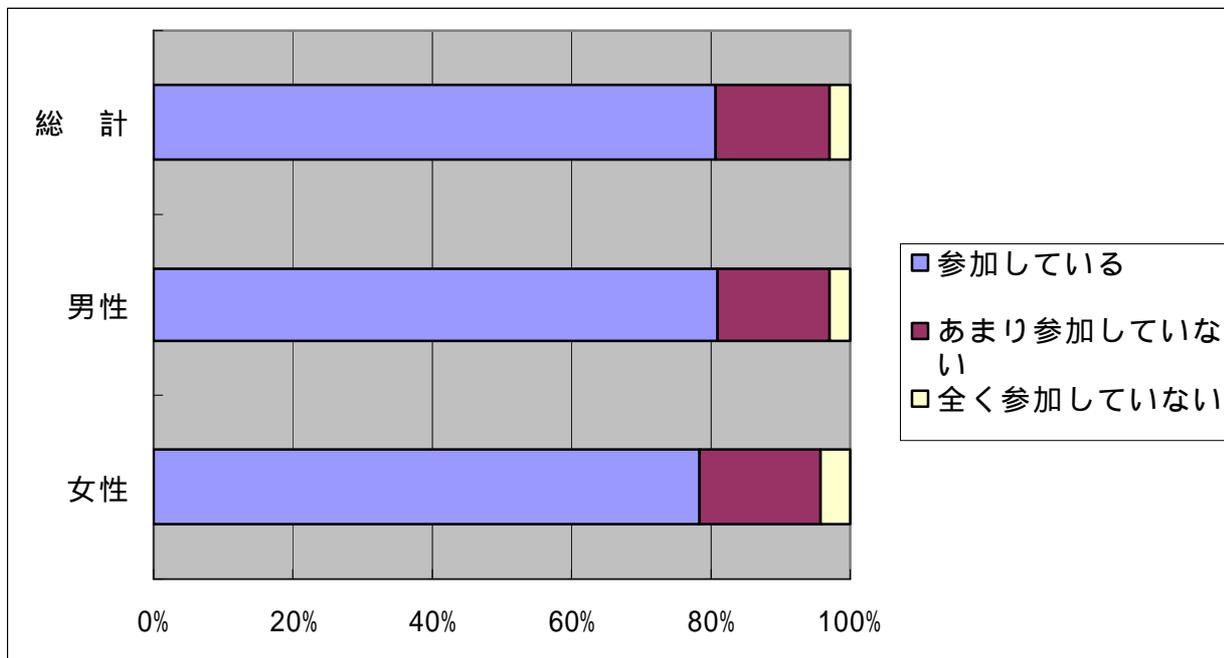
- ✓ 組合に加入して障害であると感じた事については、全ての項目に関して「特にない」という回答が60%以上であった。
- ✓ 年齢別では、年齢が上がるほど「会費の負担」と回答した割合が低くなった。
- ✓ 従業者数別では、従業者数が増えるほど「会費の負担」と回答する割合が高かった。

組合活動への参加状況 [ n=1,420 ]

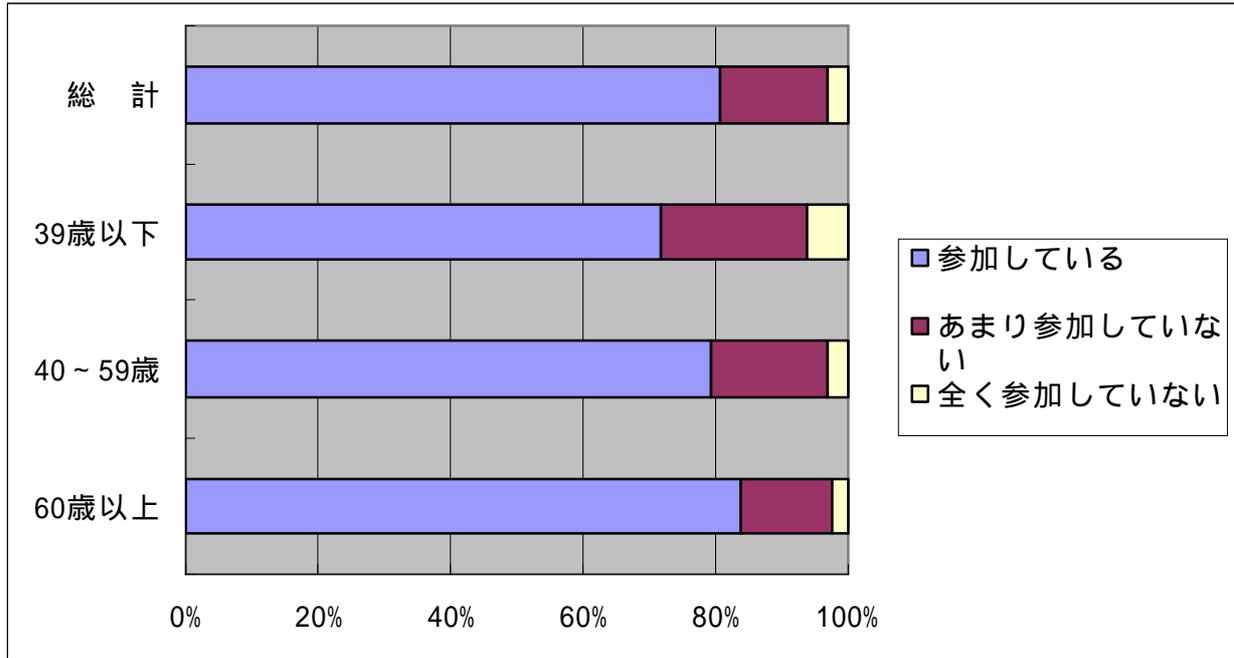
[ 組合加入年数別 ]



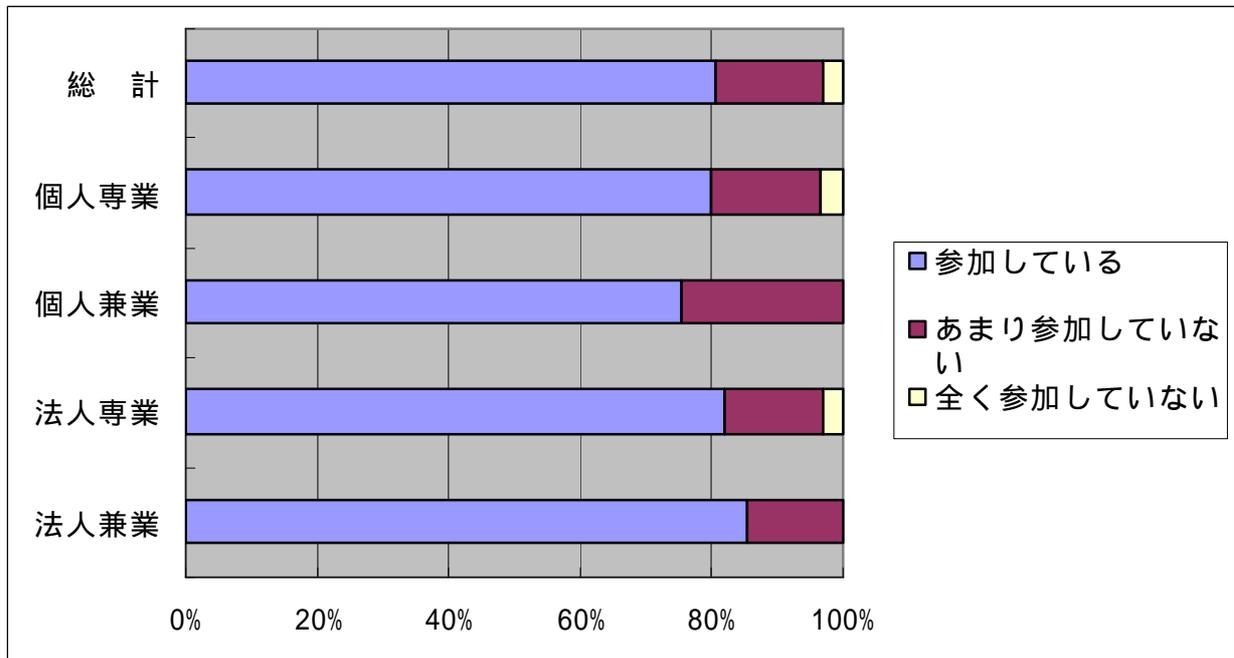
[ 性別 ]



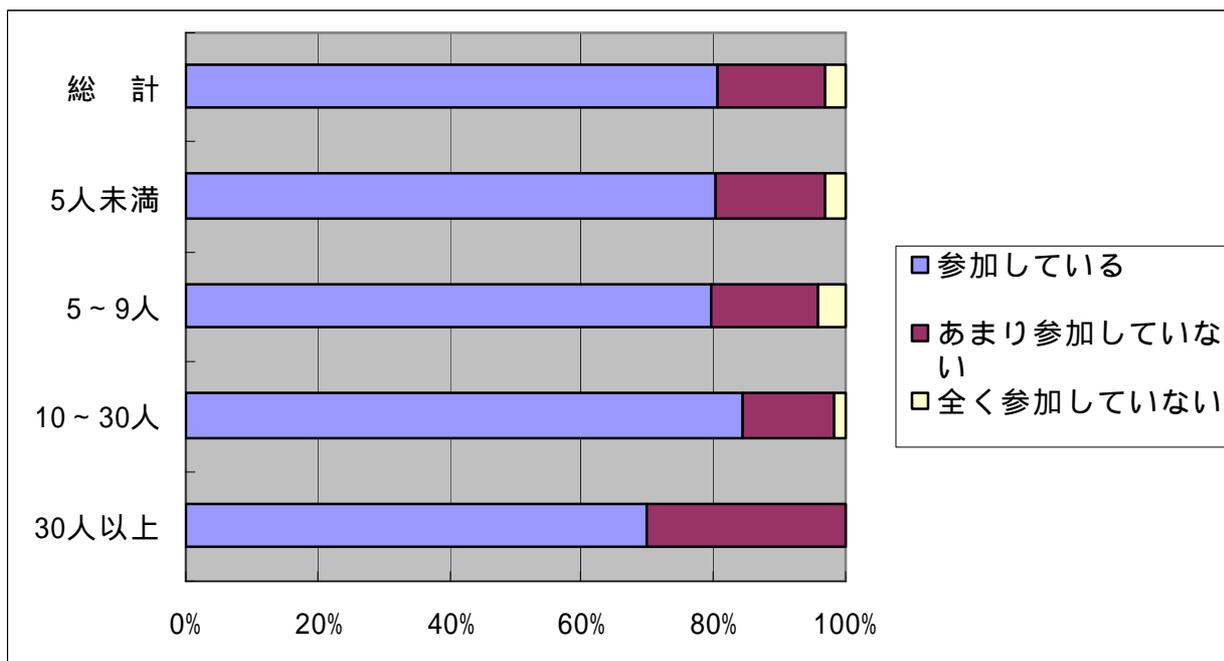
[ 年齢別 ]



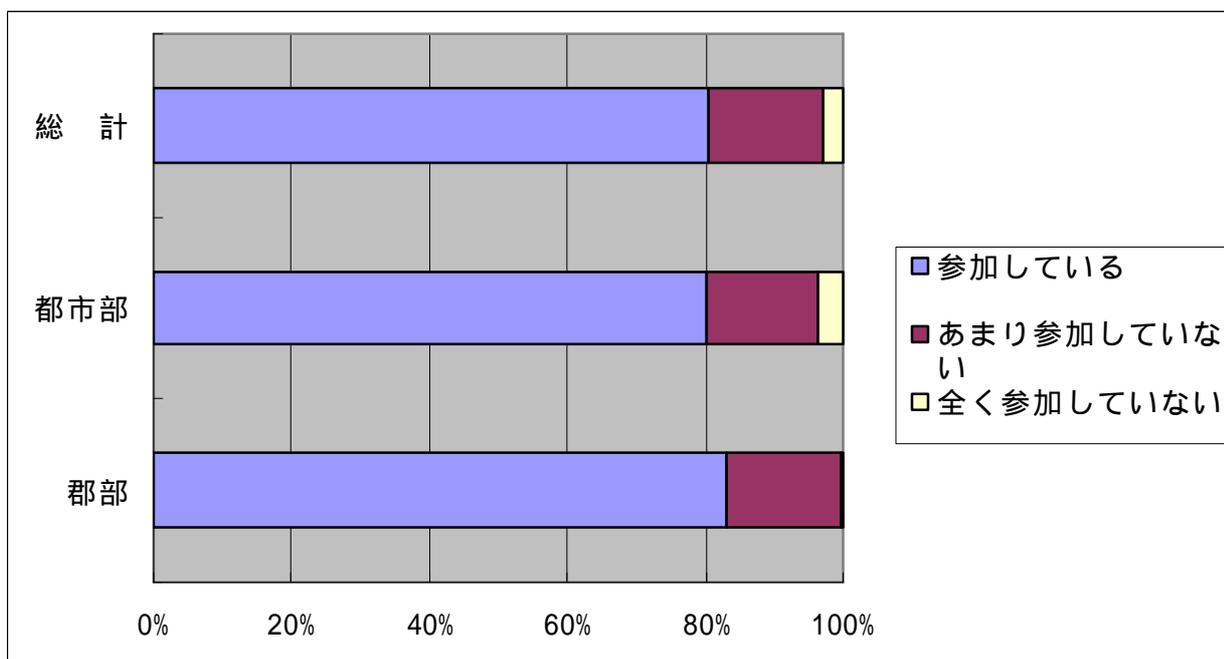
[ 経営形態別 ]



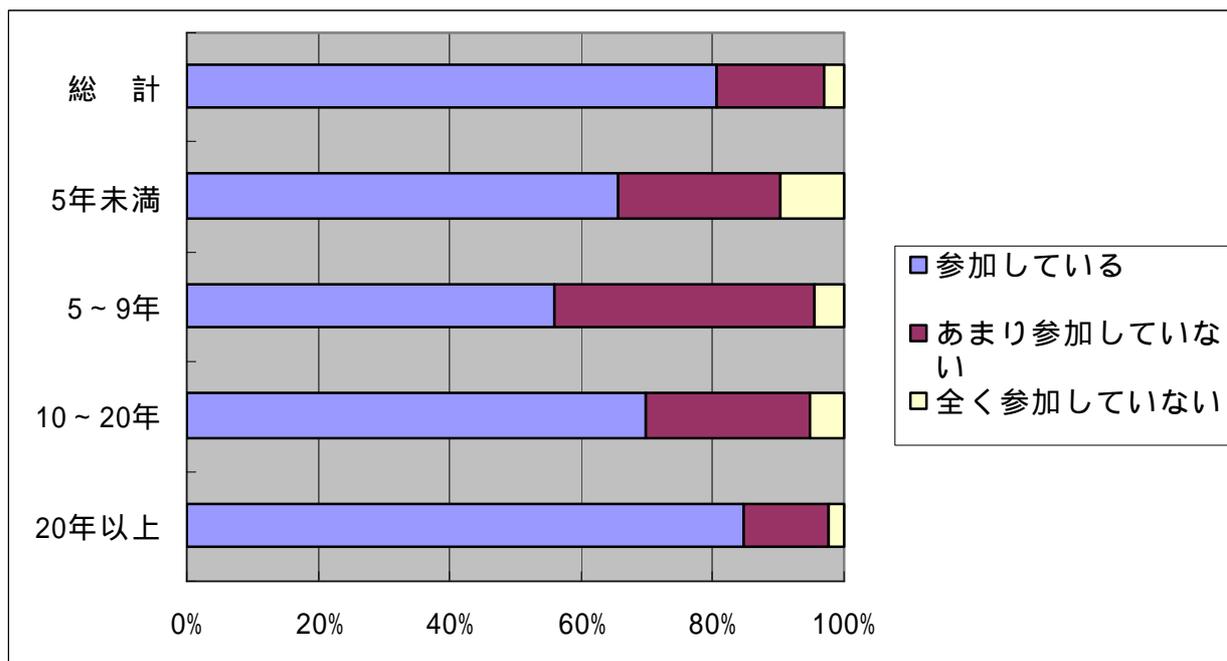
[ 従業者数別 ]



[ 地域別 ]



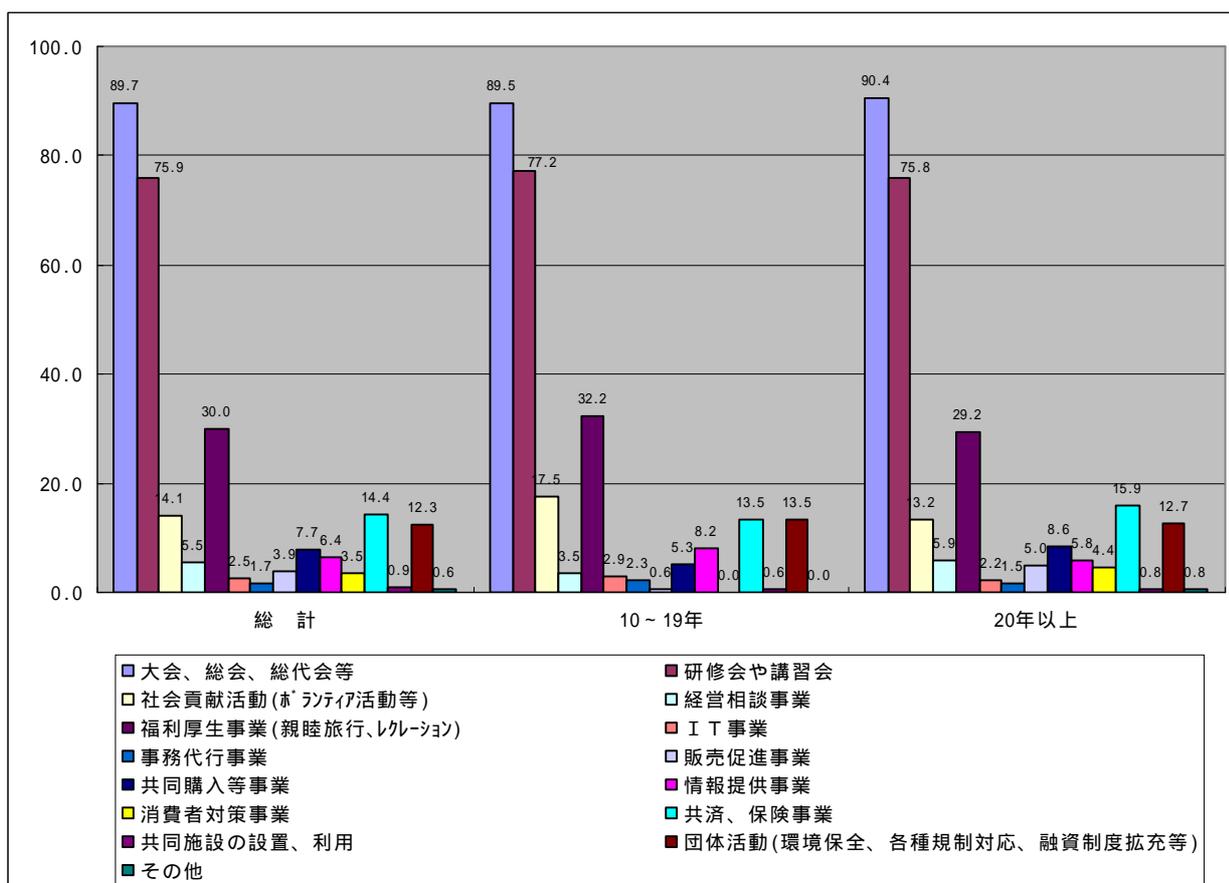
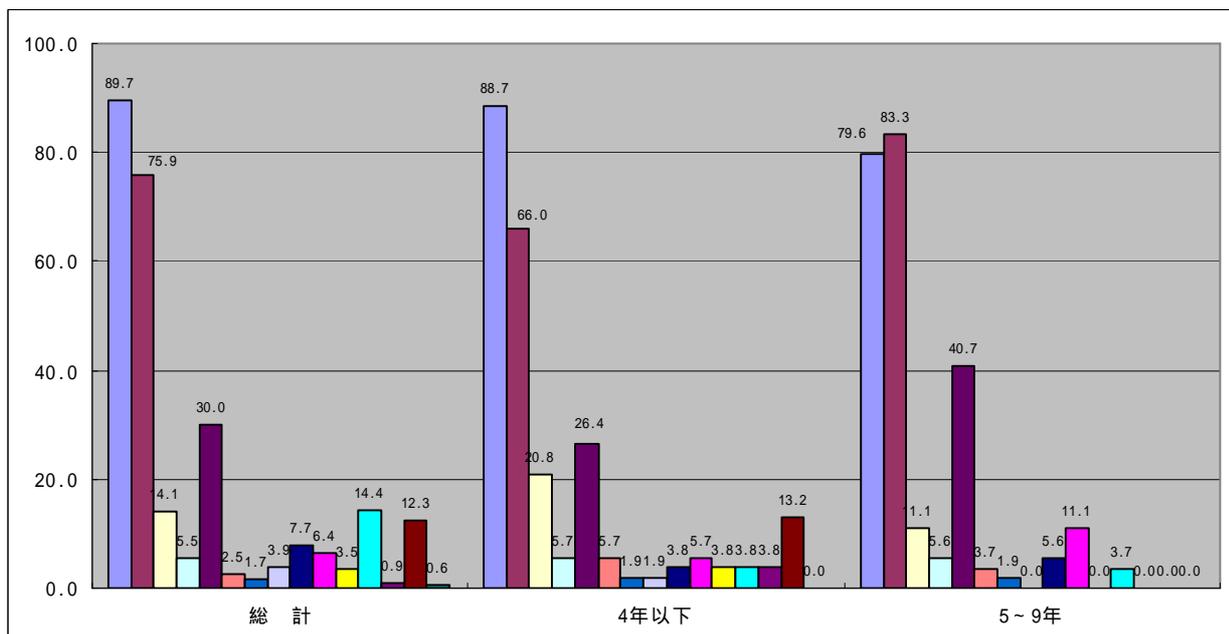
[ 業歴別 ]



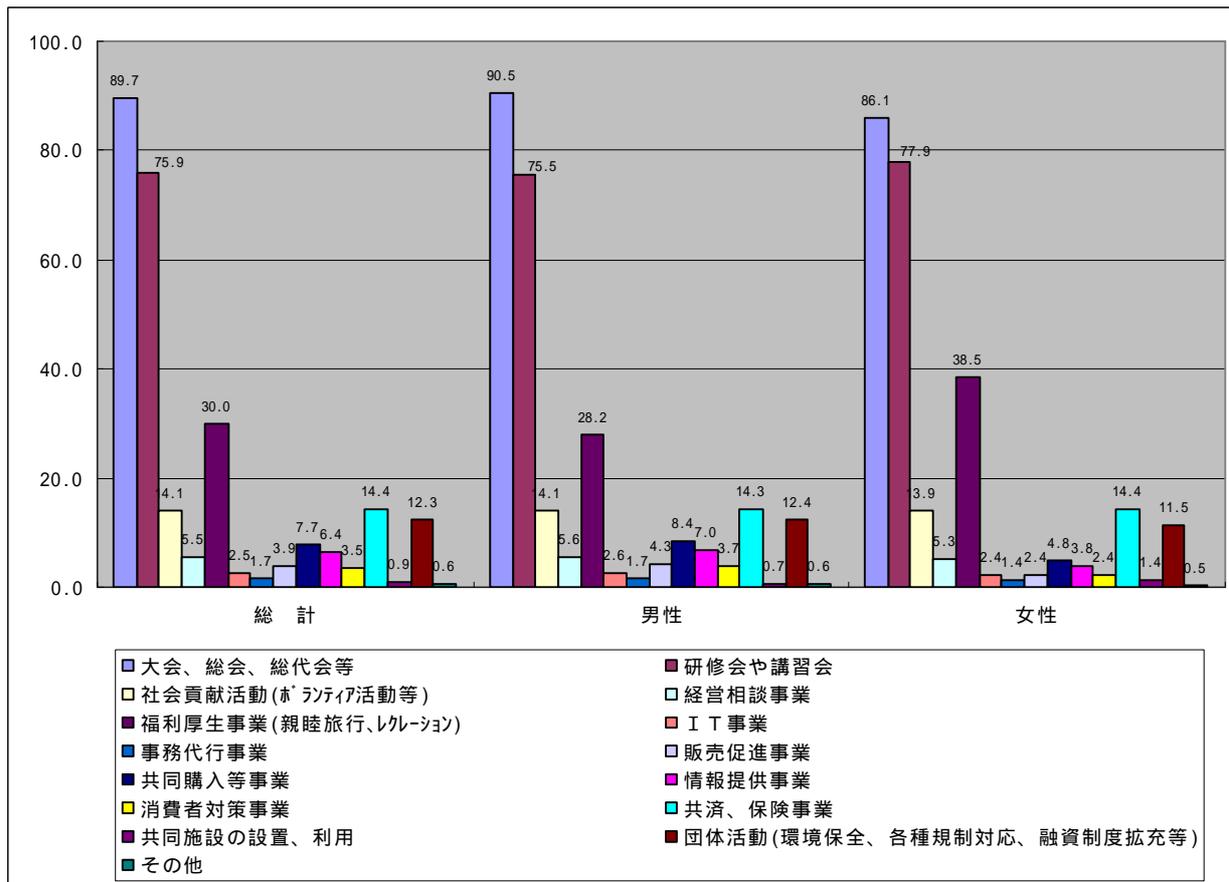
- ✓ 組合の活動への参加状況は、全ての項目で「参加している」という回答が高い比率であった。
- ✓ その中で、組合加入年数別で、特に4年以下（60.9%）、5～9年（63.5%）が全体平均（80.6%）を大きく下回り、加入年数が増えるほど参加割合が高くなった。
- ✓ 業歴別では、5～9年（56.1%）が全体平均（80.6%）よりも特に低い比率である点が目立った。

参加している組合活動の内容（複数回答） [ n=1,142 ]

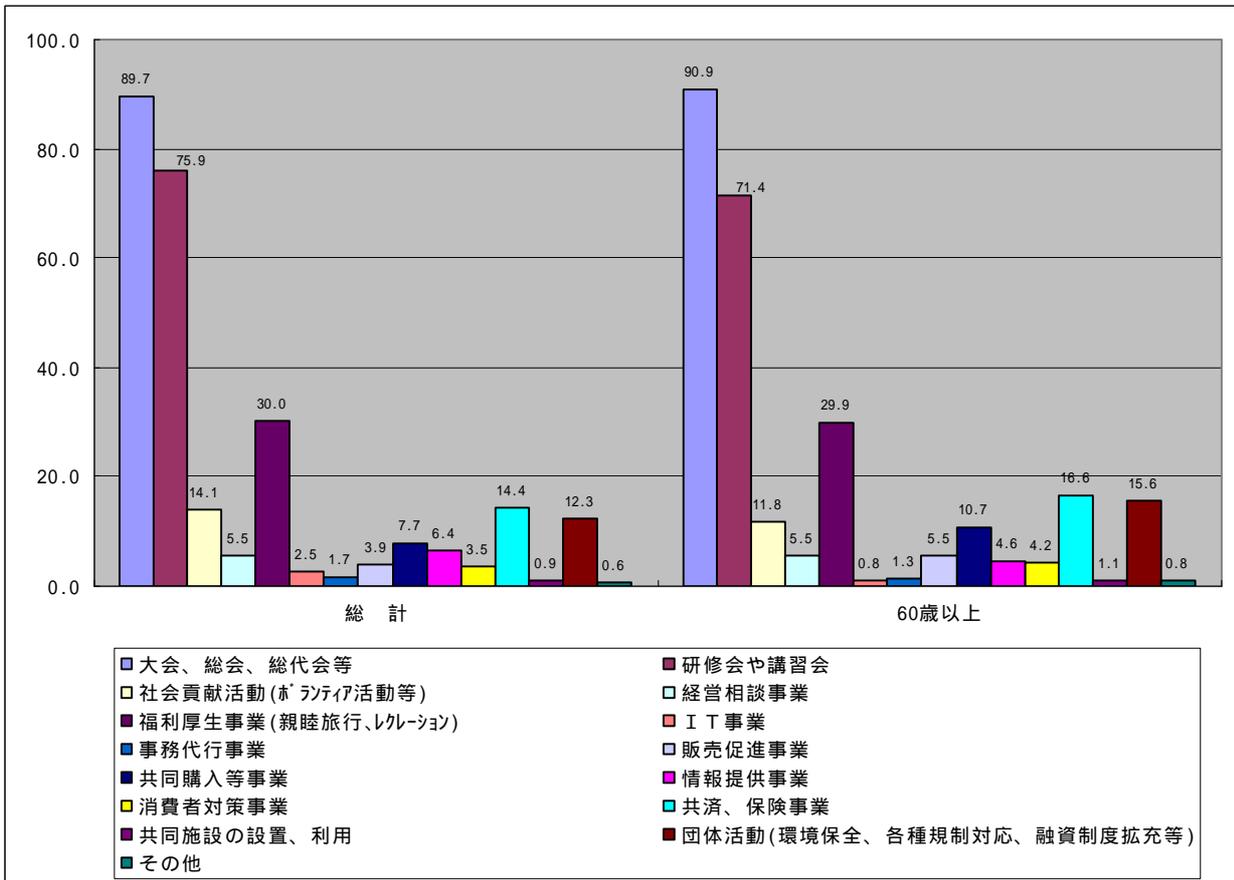
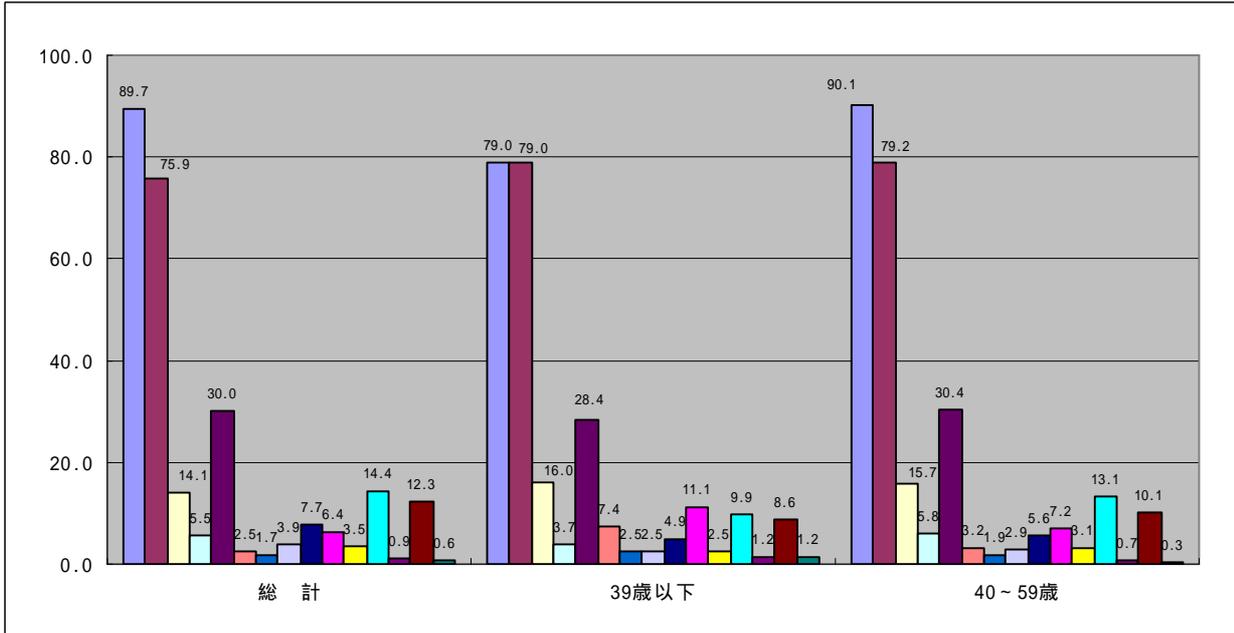
[ 組合加入年数別 ]



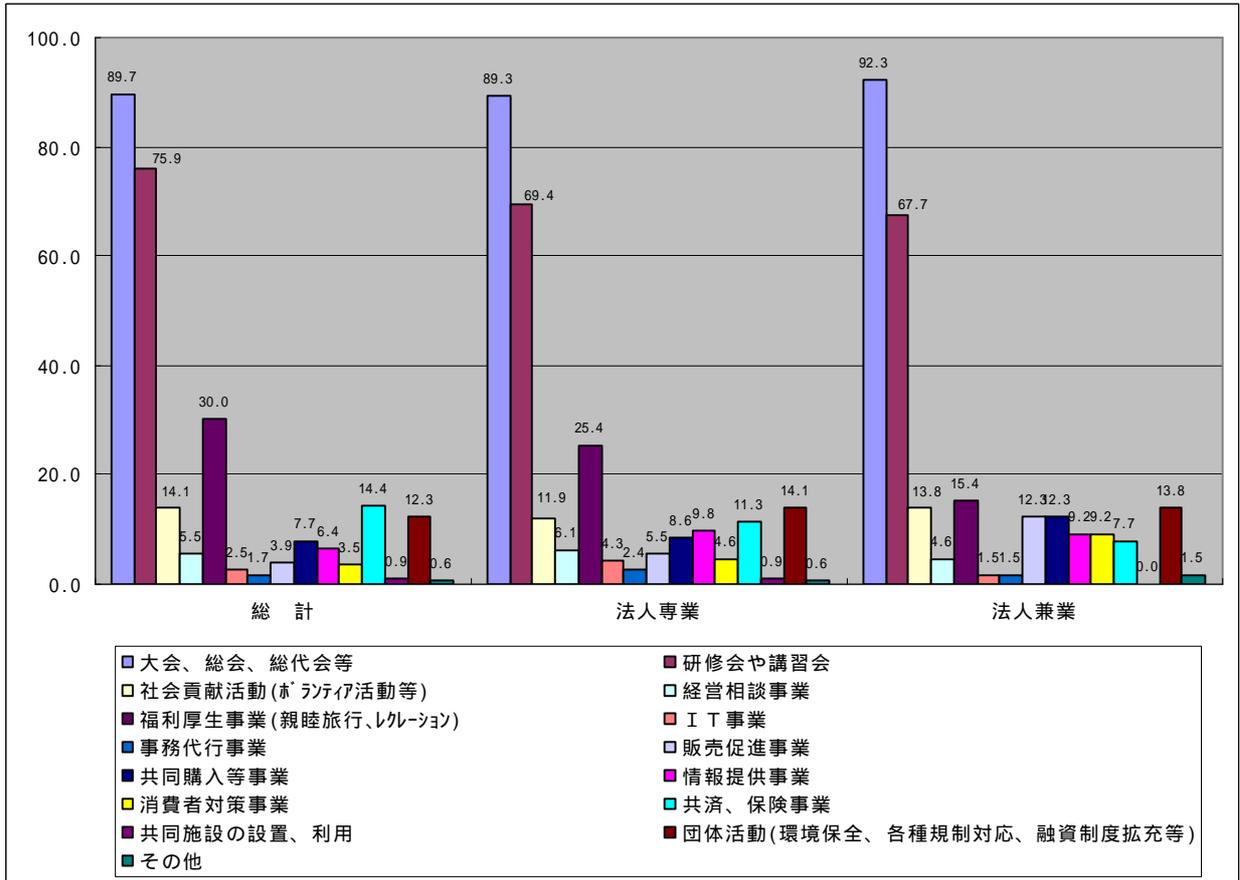
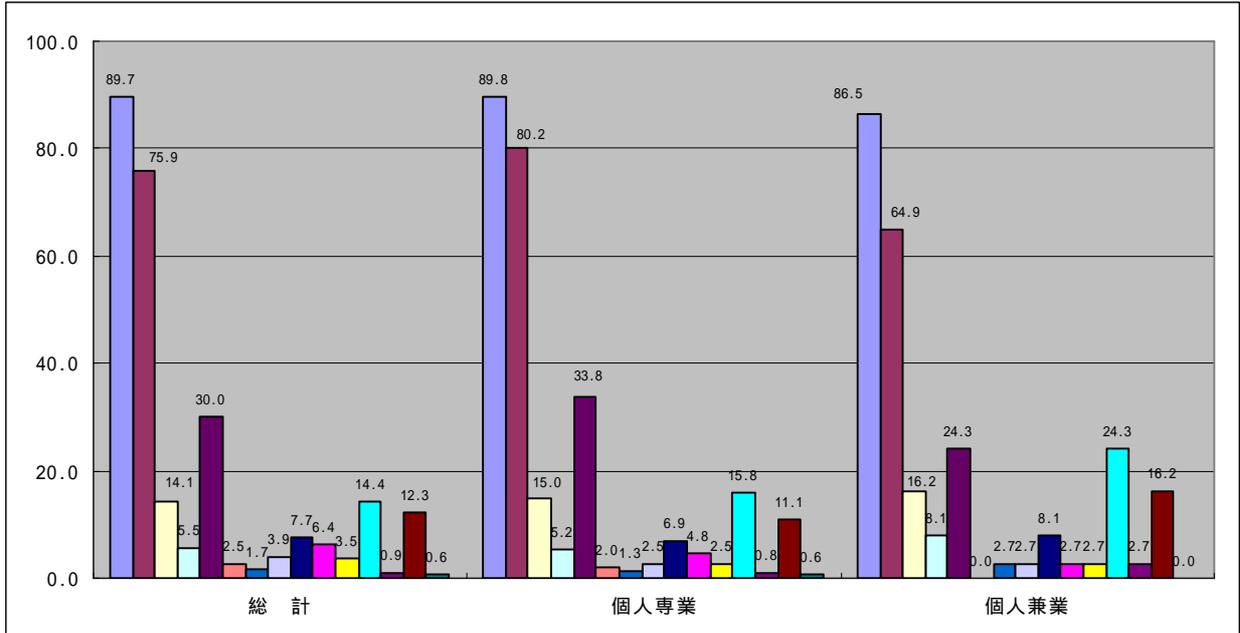
[ 性別 ]



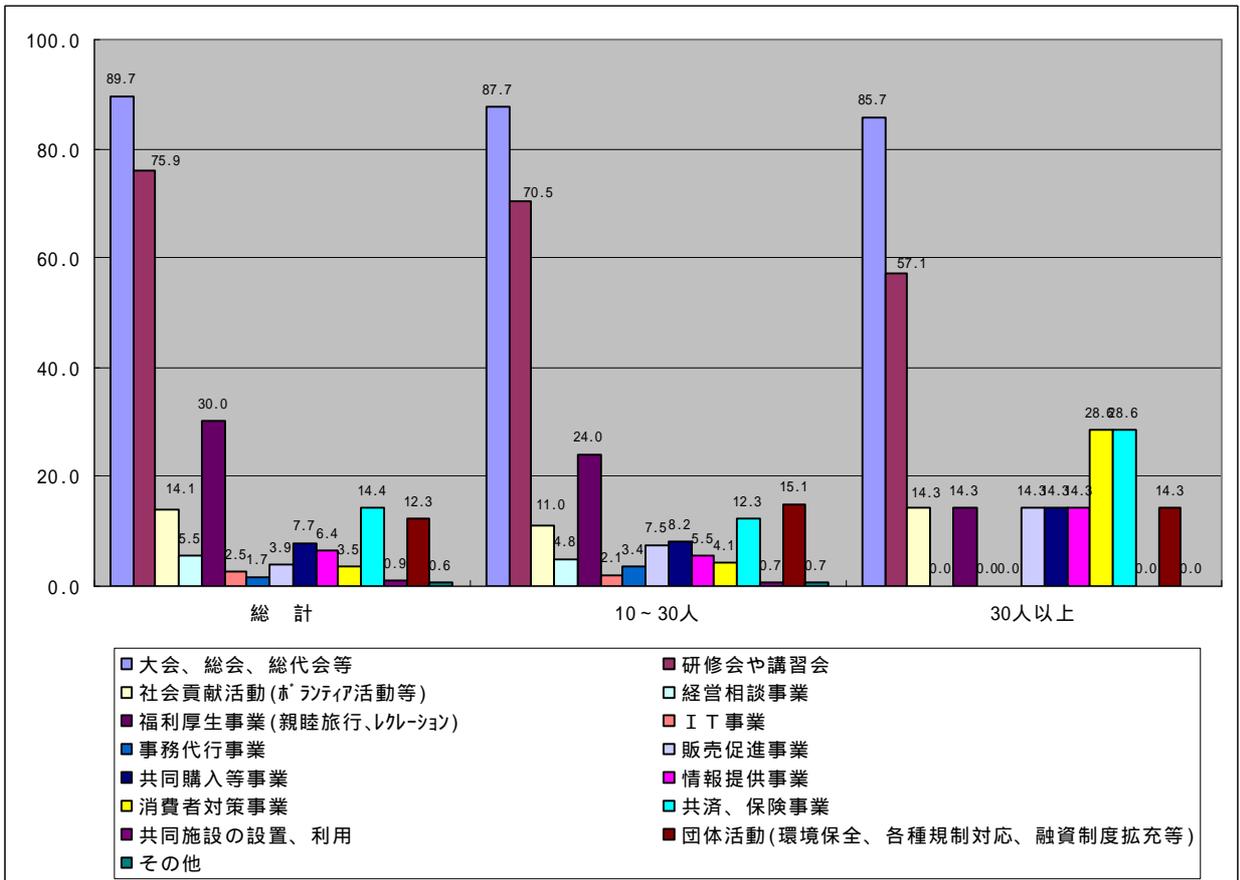
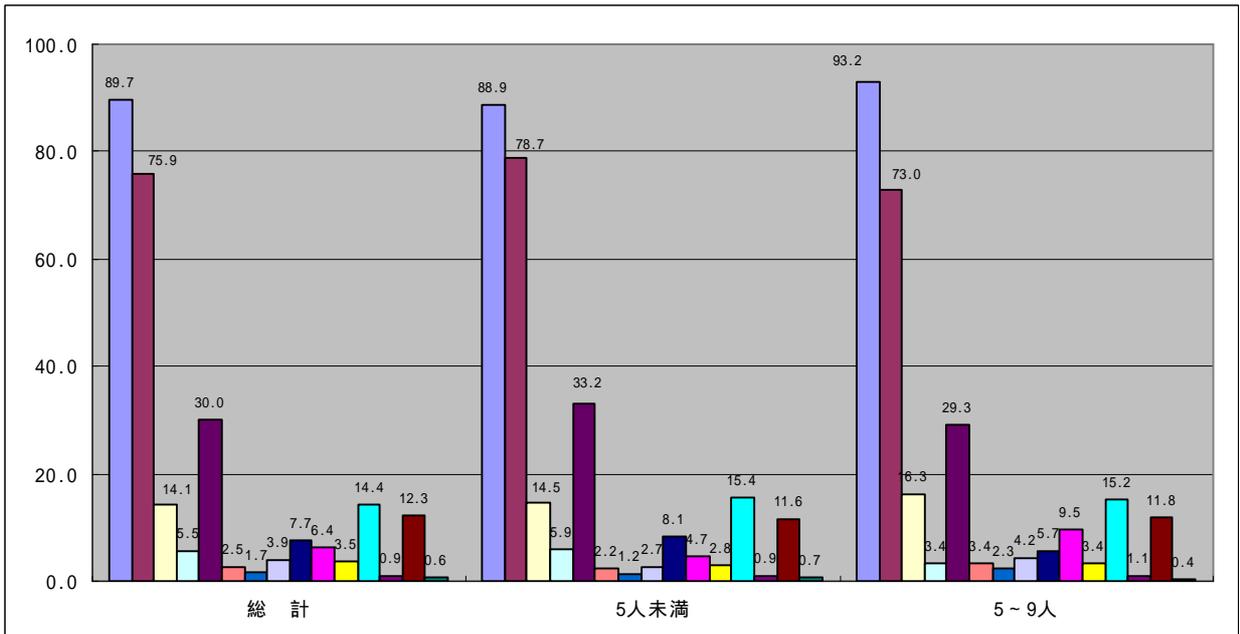
[ 年齢別 ]



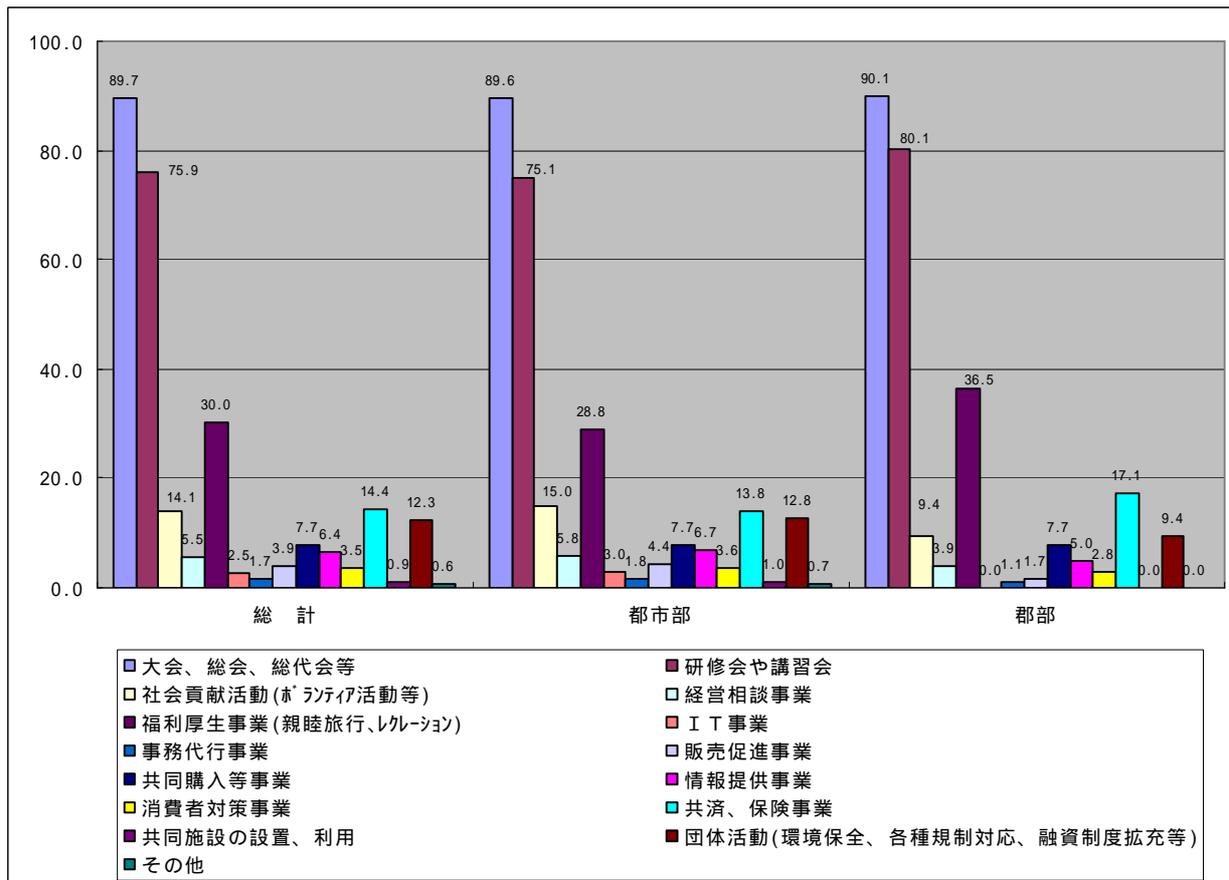
[ 経営形態別 ]



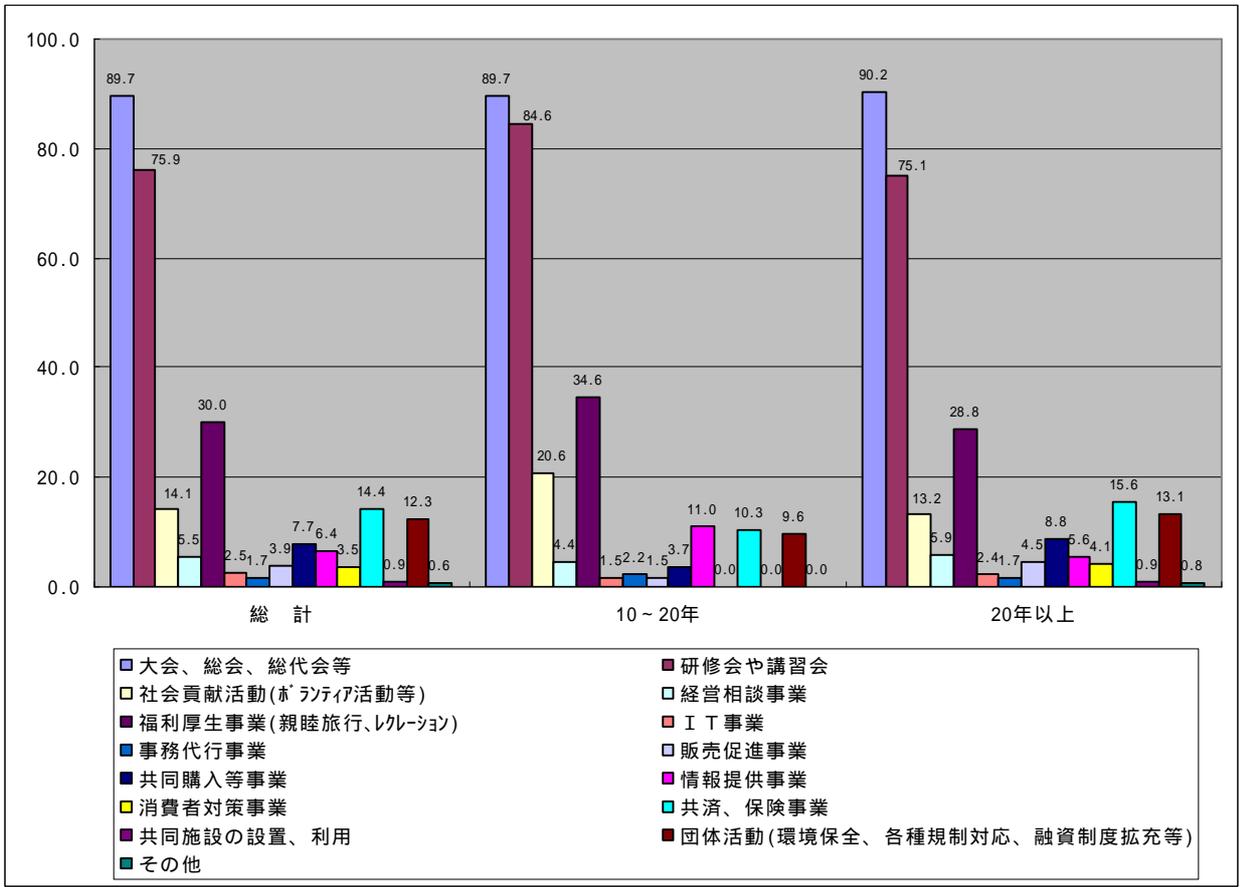
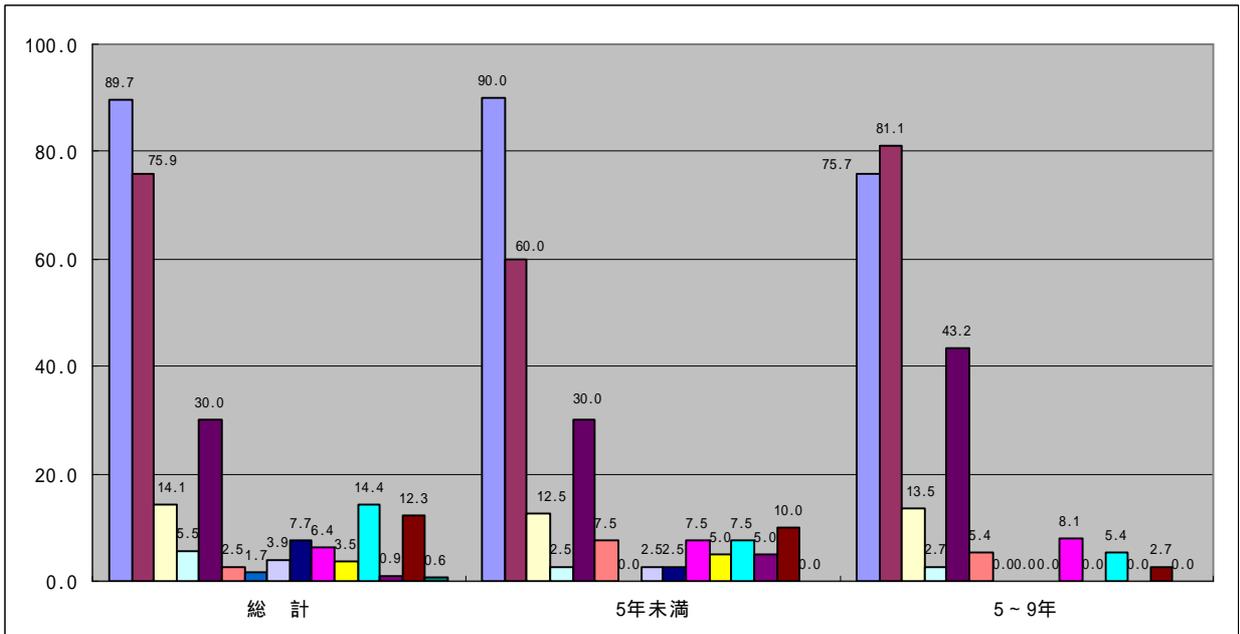
[ 従業者数別 ]



[ 地域別 ]



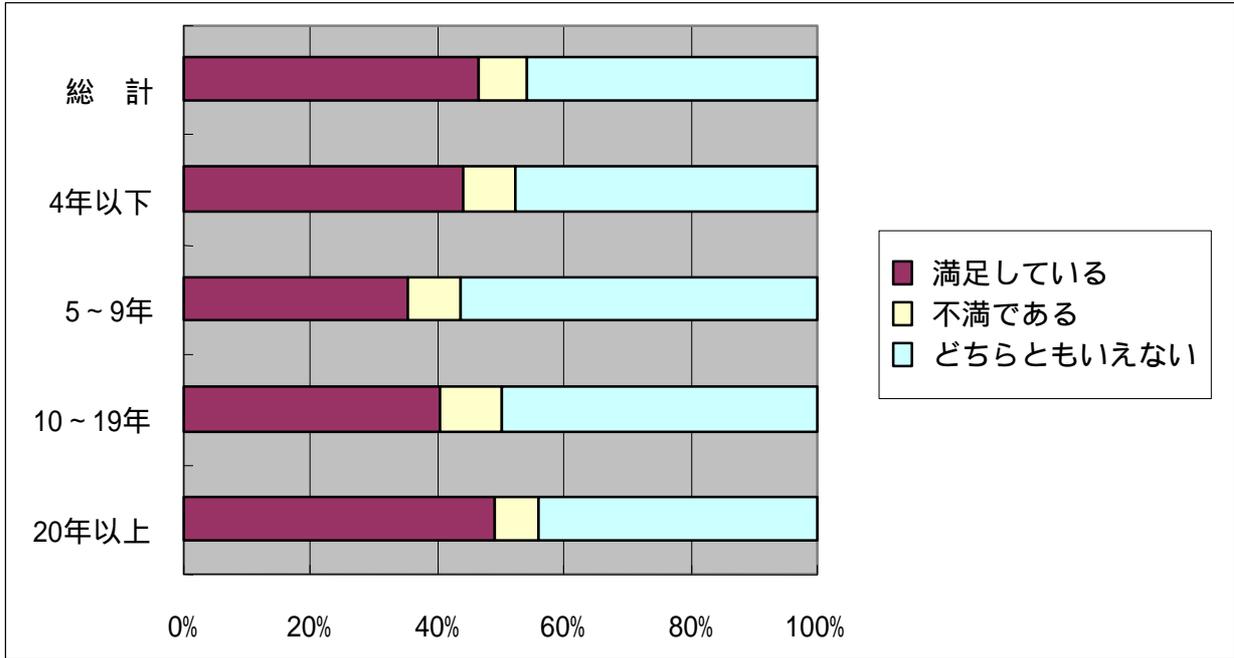
[ 業歴別 ]



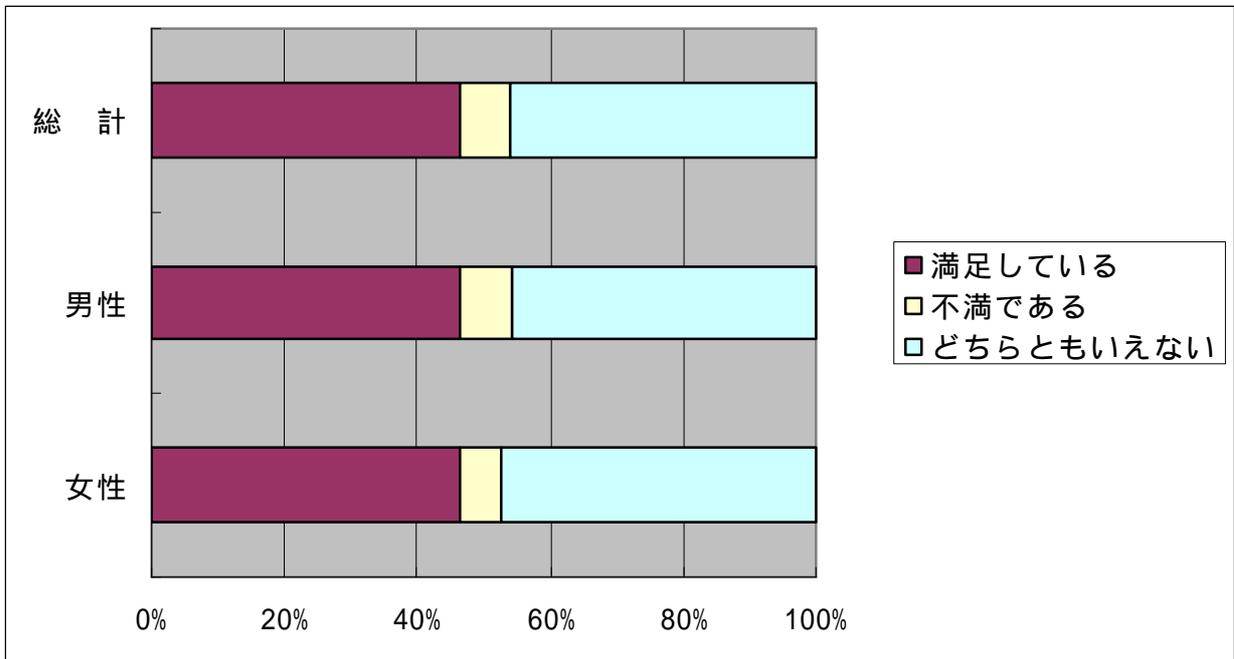
- ✓ 参加している組合活動の内容については、全ての分類で「大会、総会、総代会等」、「研究会や講習会」が高かった。
- ✓ 経営形態別では、「共済保険事業」が個人専業15.8%、個人兼業24.3%と法人形態よりも高い。また、従業者数別の30人以上では、「消費者対策事業」28.0%、「共済、保険事業」28.6%と少人数の生衛業者よりも高かった。

現在の組合の活動等について [ n=1,420 ]

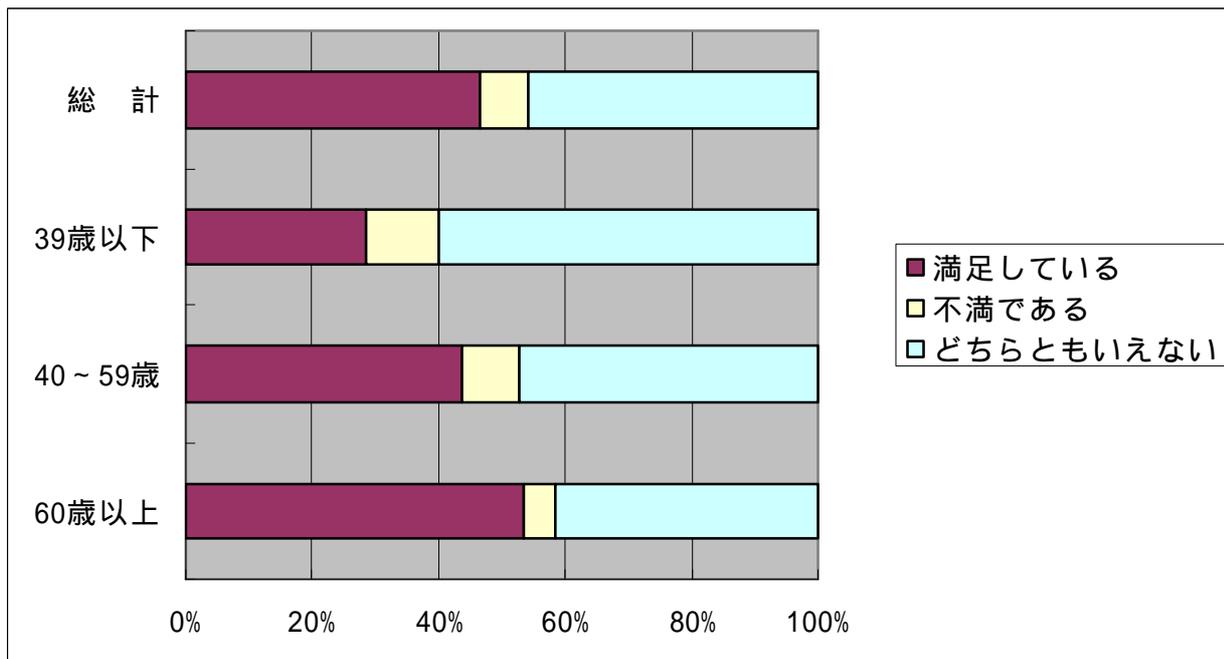
[ 組合加入年数別 ]



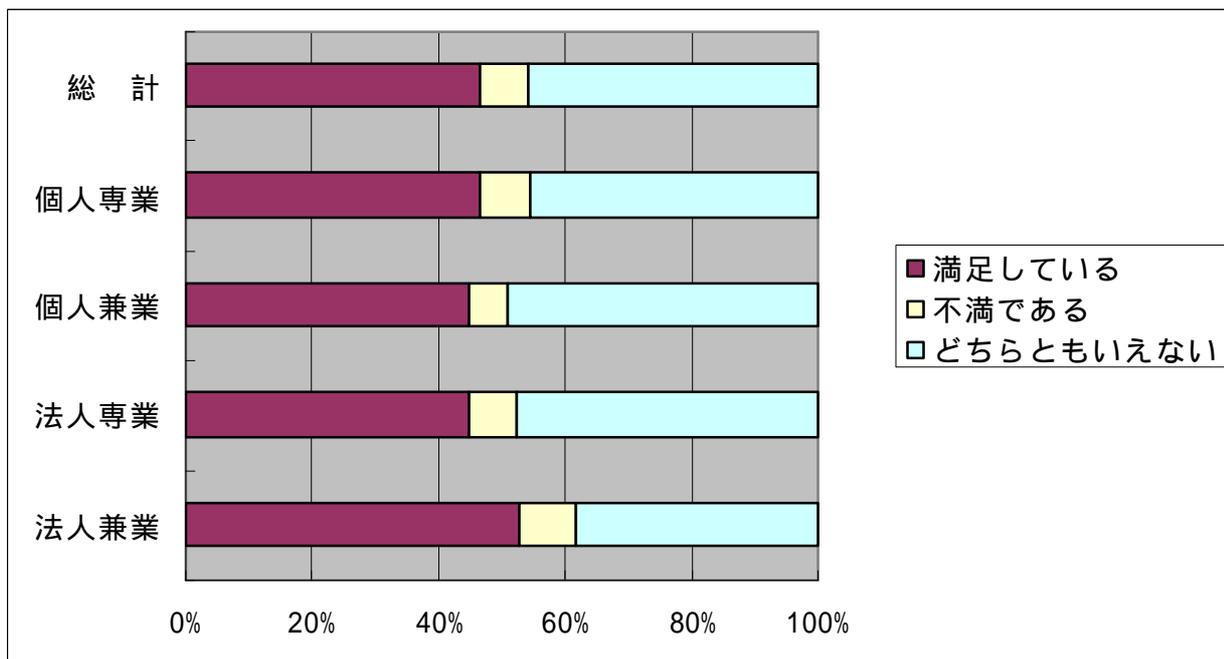
[ 性別 ]



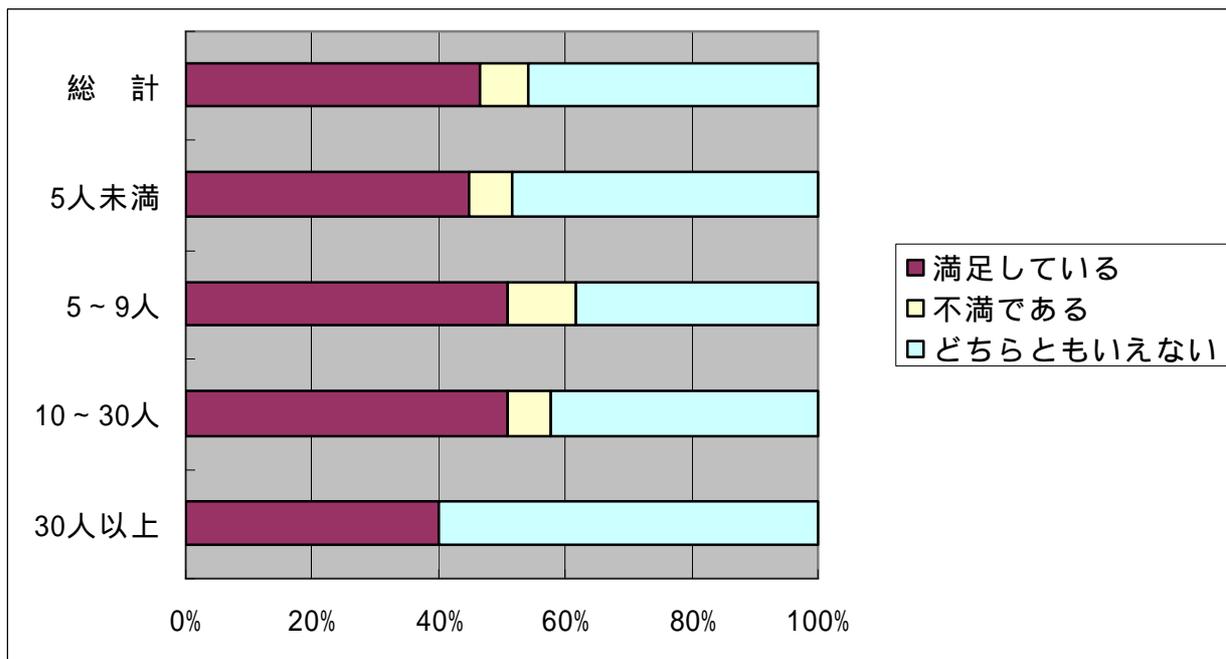
[ 年齢別 ]



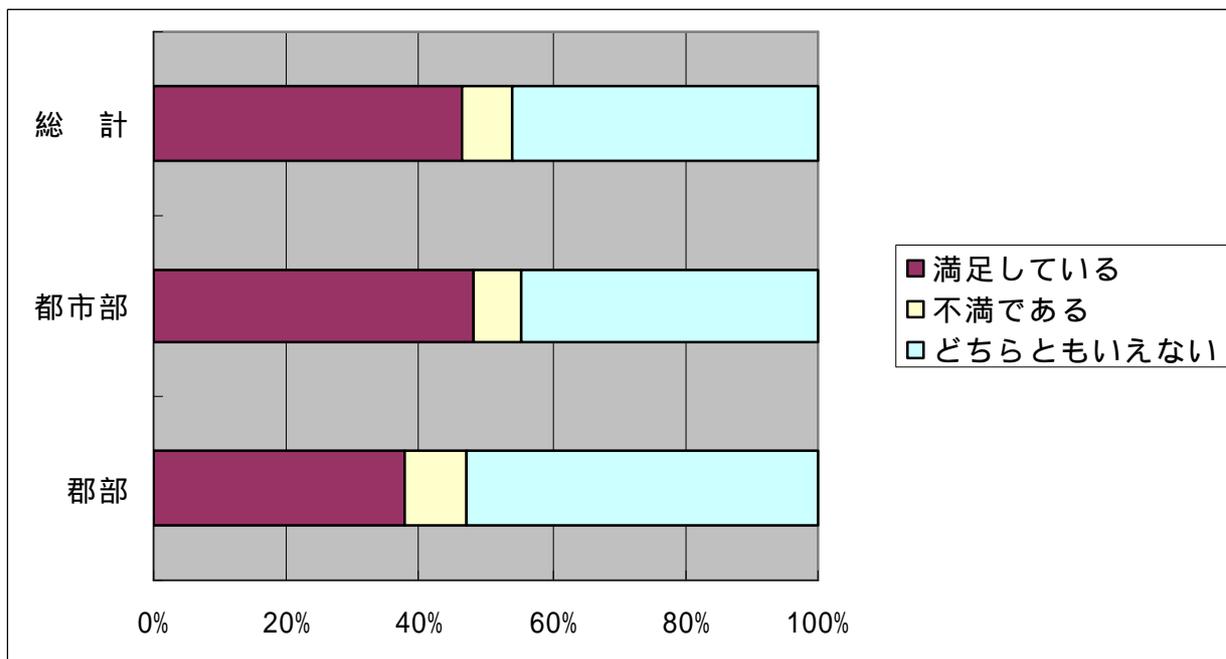
[ 経営形態別 ]



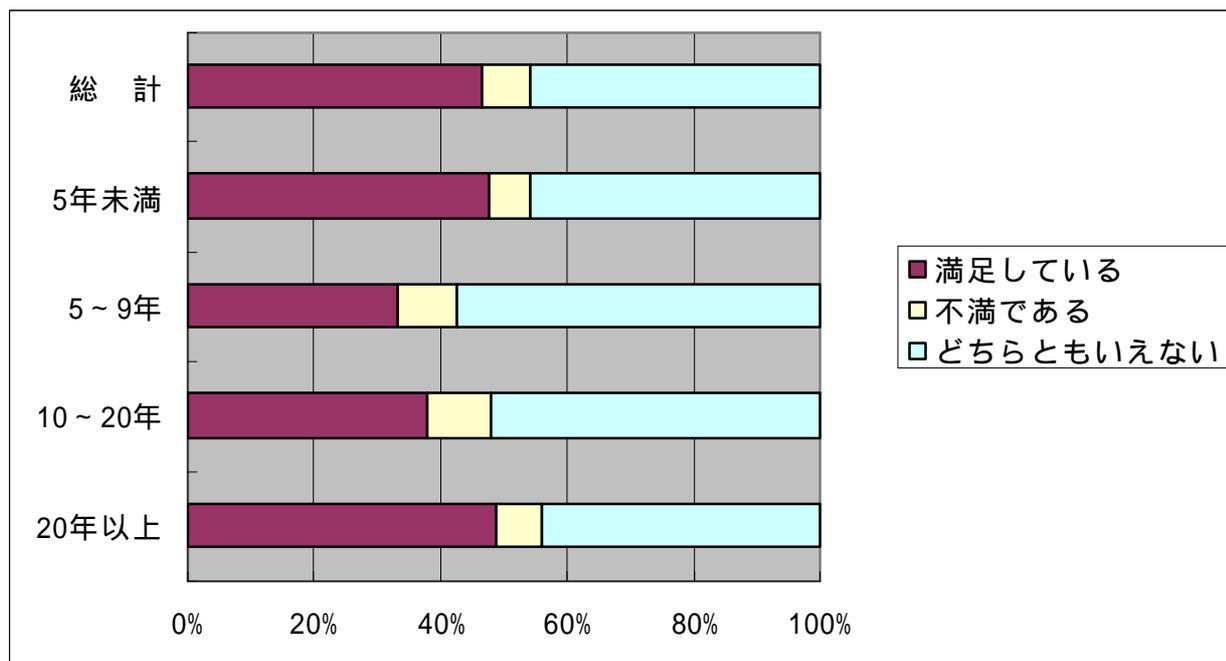
[ 従業者数別 ]



[ 地域別 ]



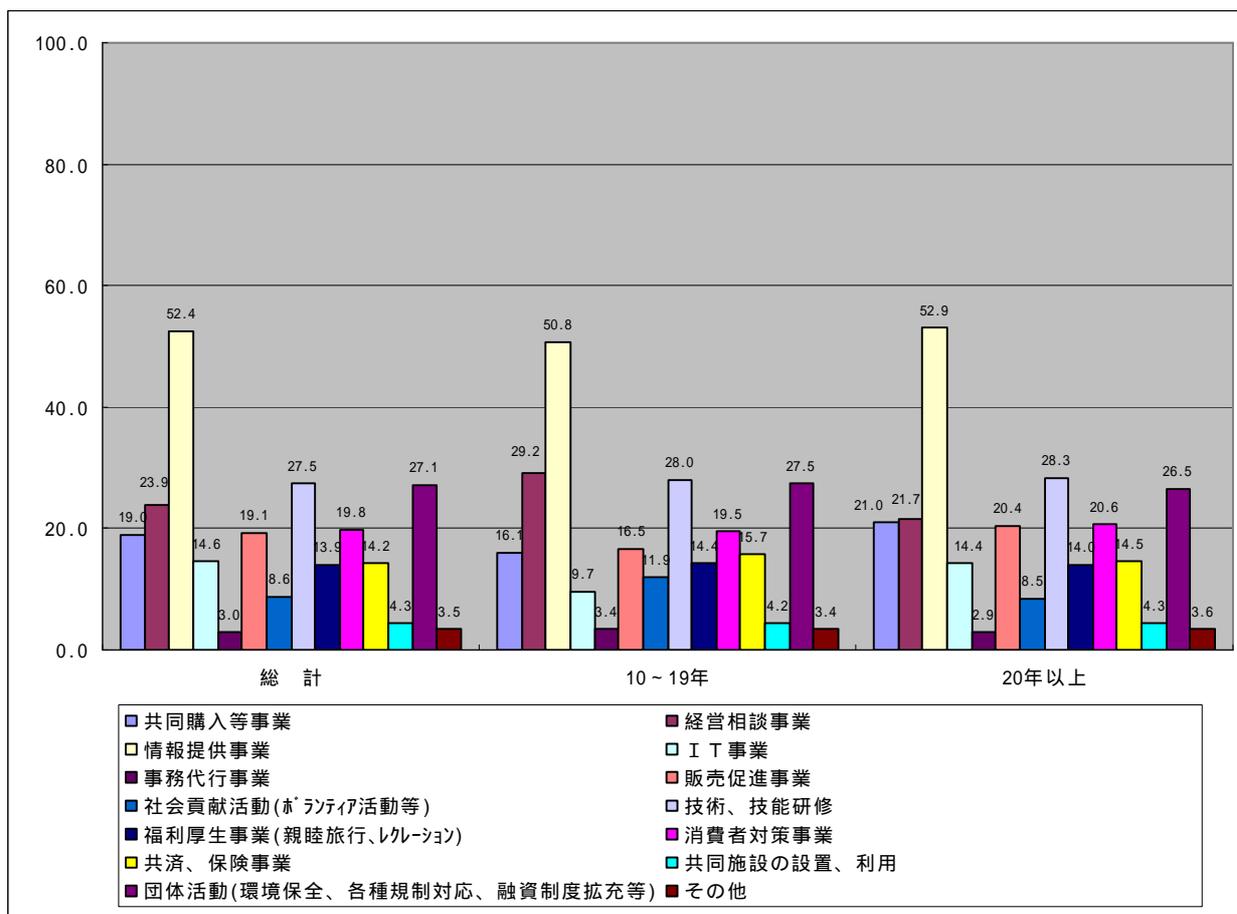
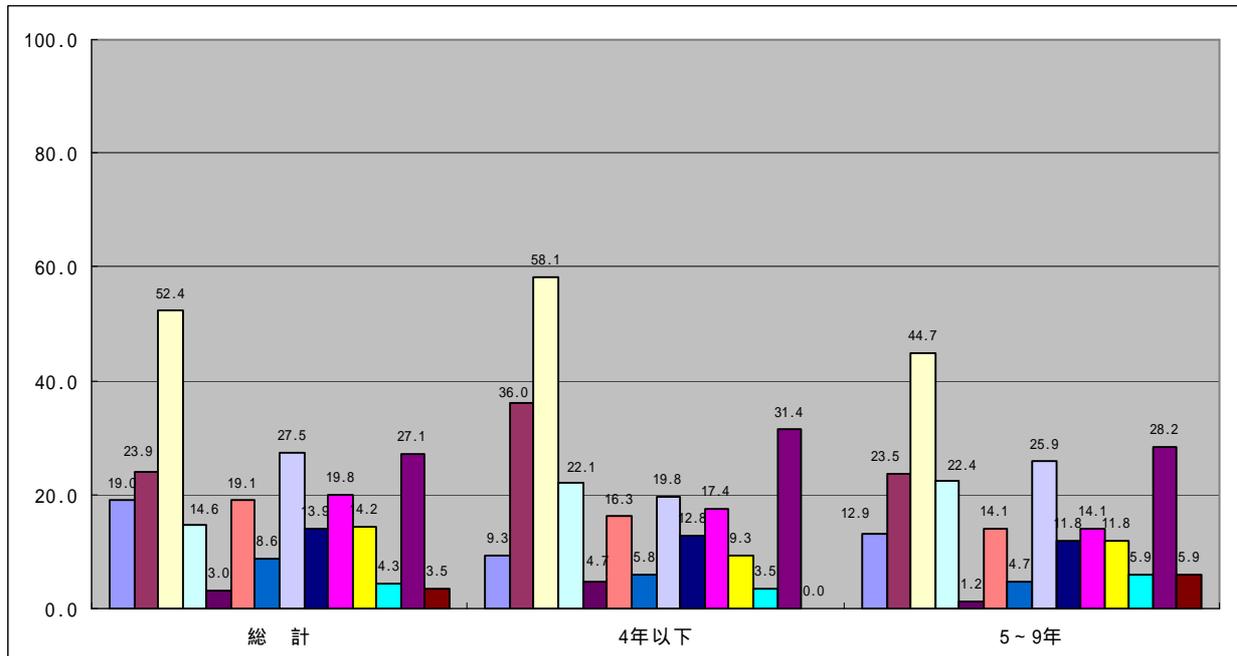
[ 業歴別 ]



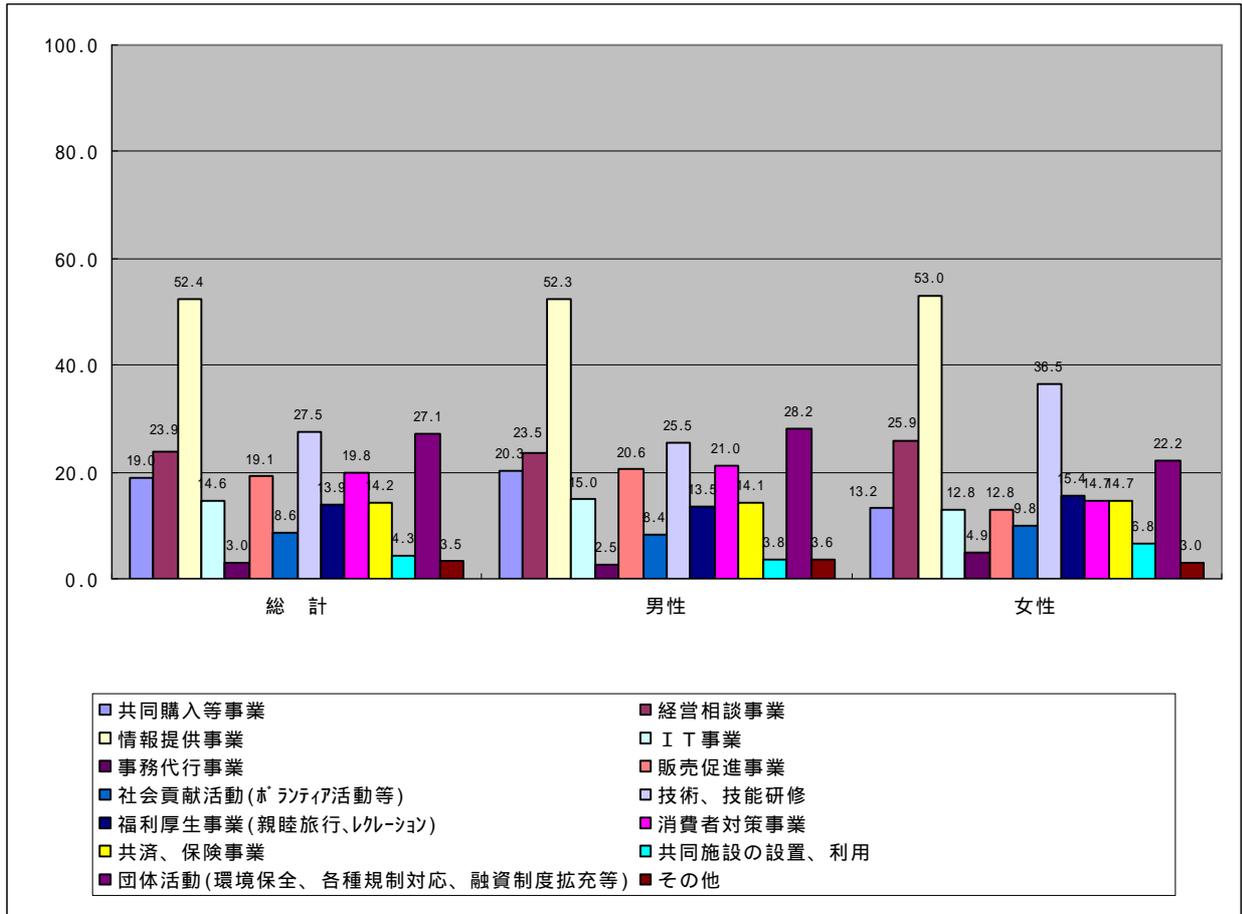
- ✓ 現在の組合活動については、総体的に「満足している」あるいは「どちらともいえない」という回答が拮抗している。
- ✓ 年齢別では、年齢が上がるほど「満足している」の割合が増え、「不満である」の割合が減少している。
- ✓ 加入年数別、性別、経営形態別、従業者数別では大きな違いは見られなかった。
- ✓ 地域別では、郡部の方が「不満である」(9.2%)、「どちらともいえない」(53.0%)の割合で、都市部よりもどちらも高かった。

今後、組合に力を入れてもらいたい事業及び期待する事業（複数回答） [n=1,412]

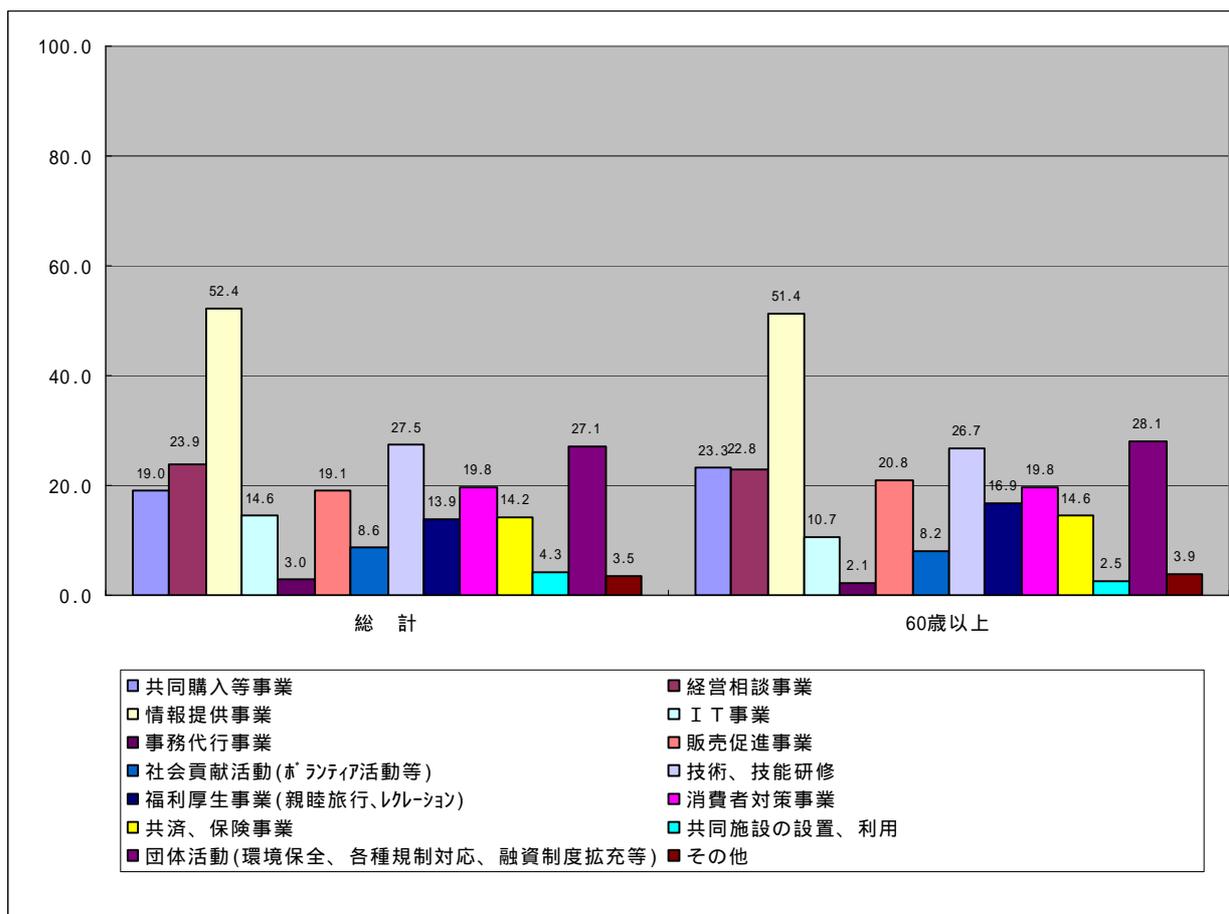
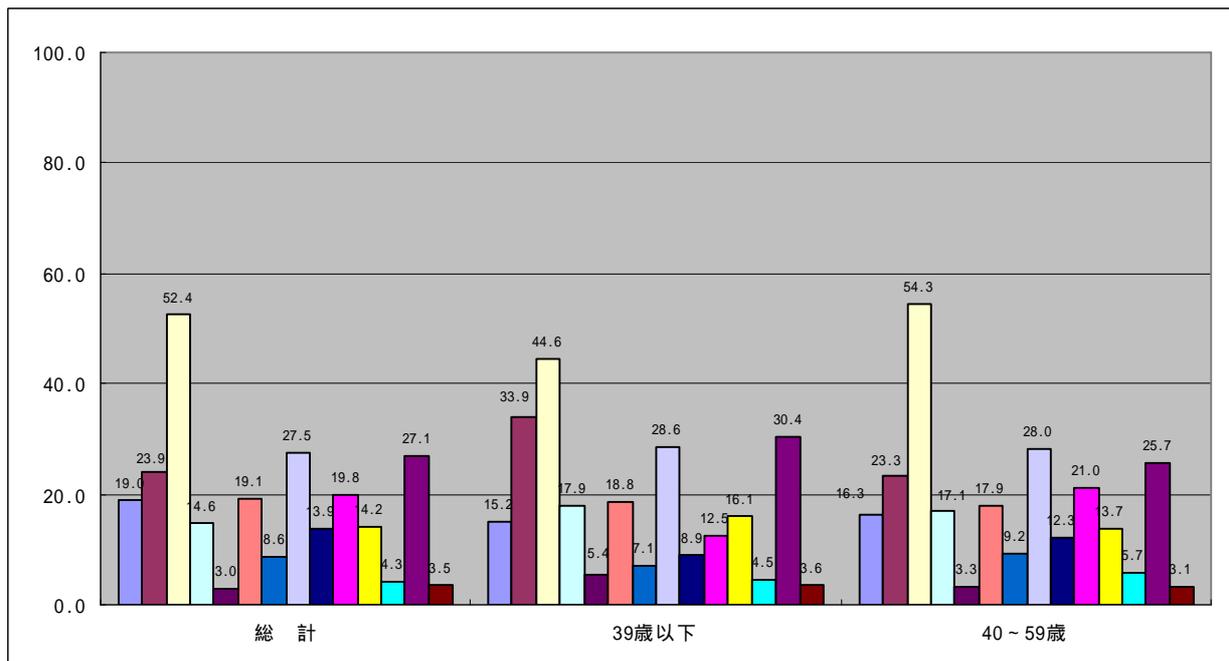
[ 組合加入年数別 ]



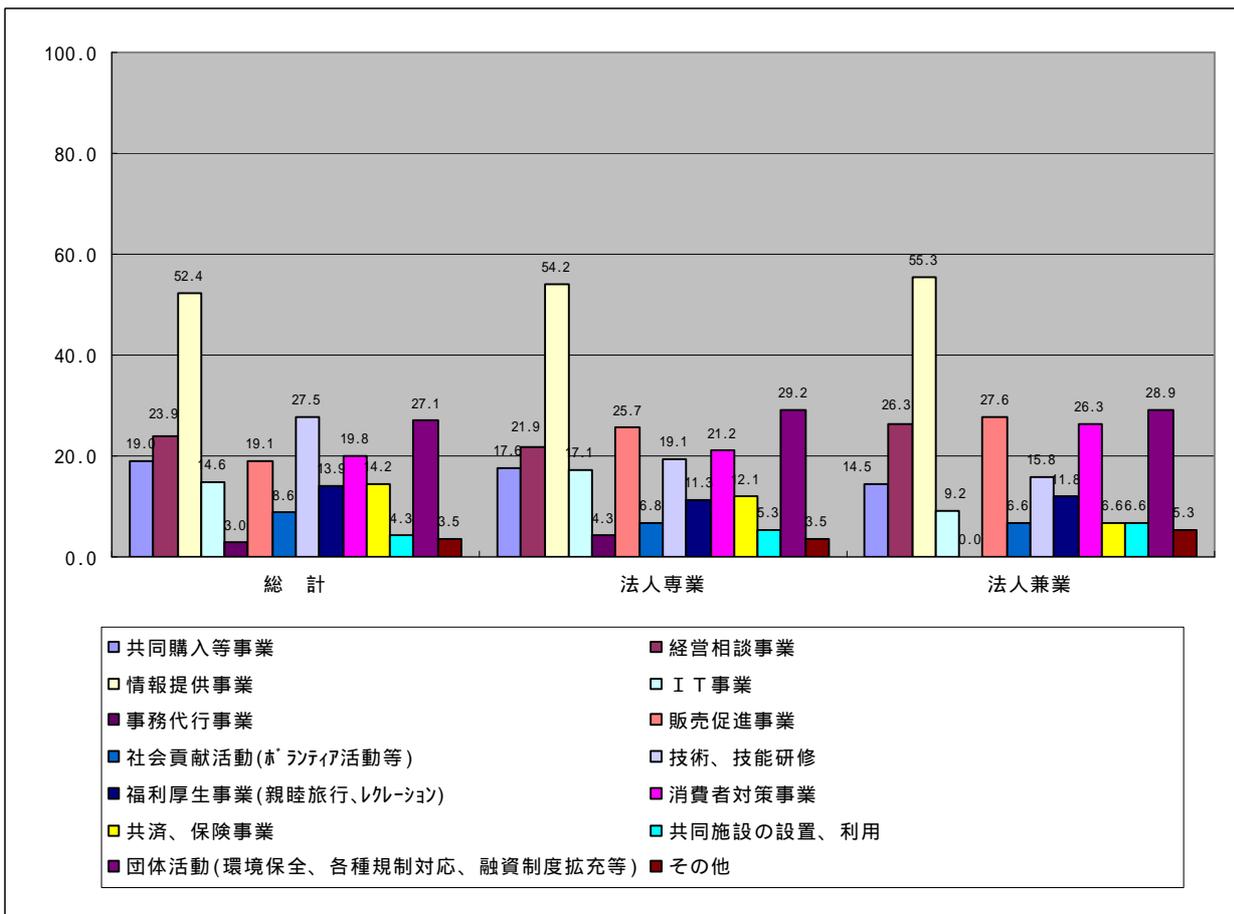
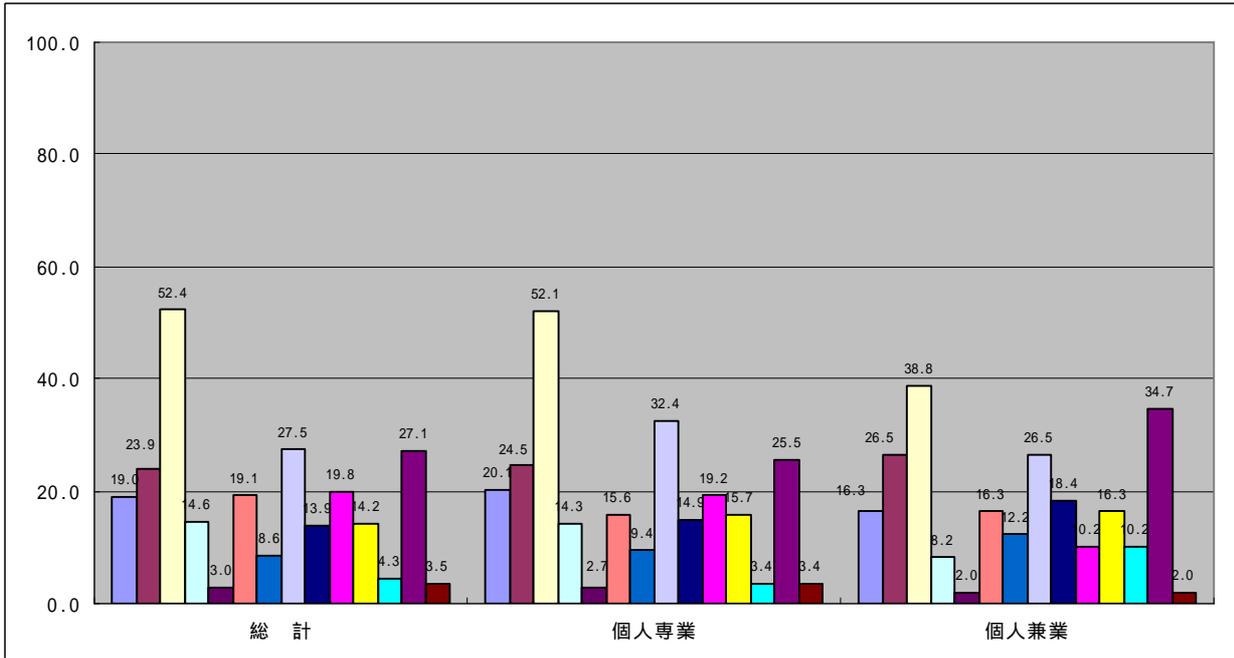
[ 性別 ]



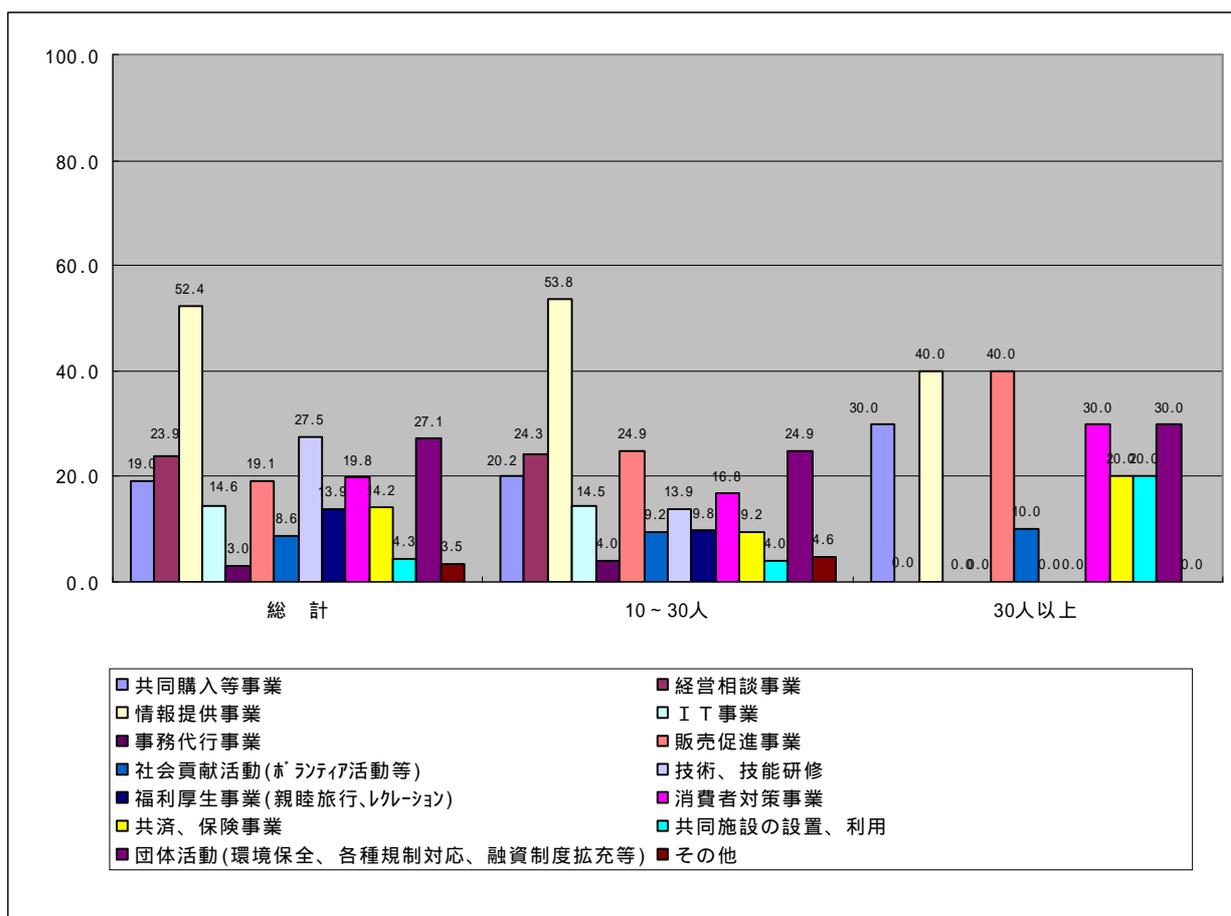
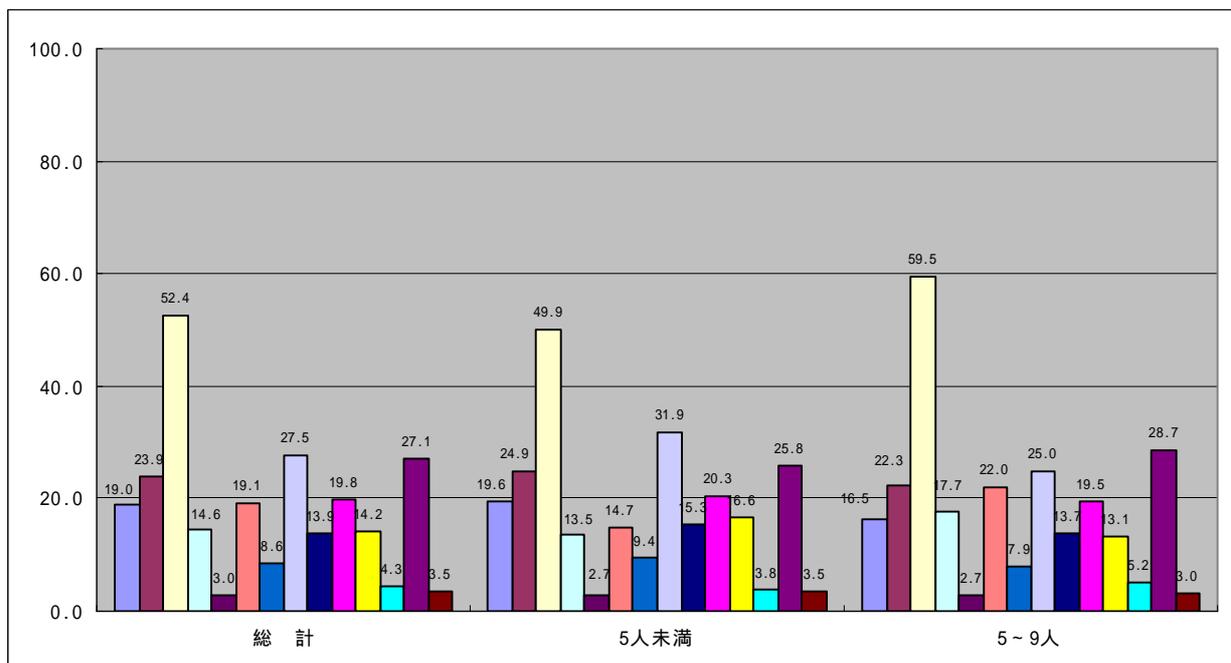
[ 年齢別 ]



[ 経営形態別 ]

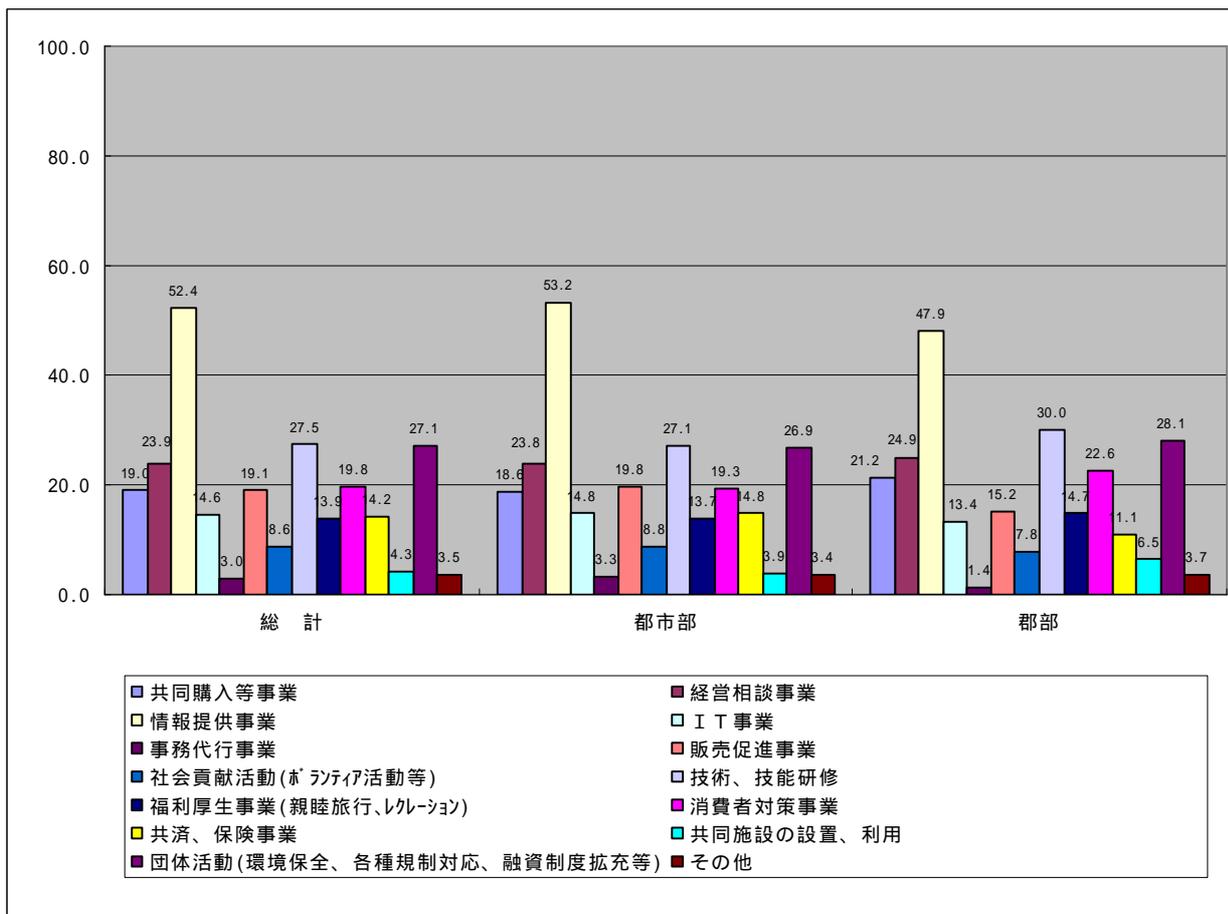


[ 従業者数別 ]

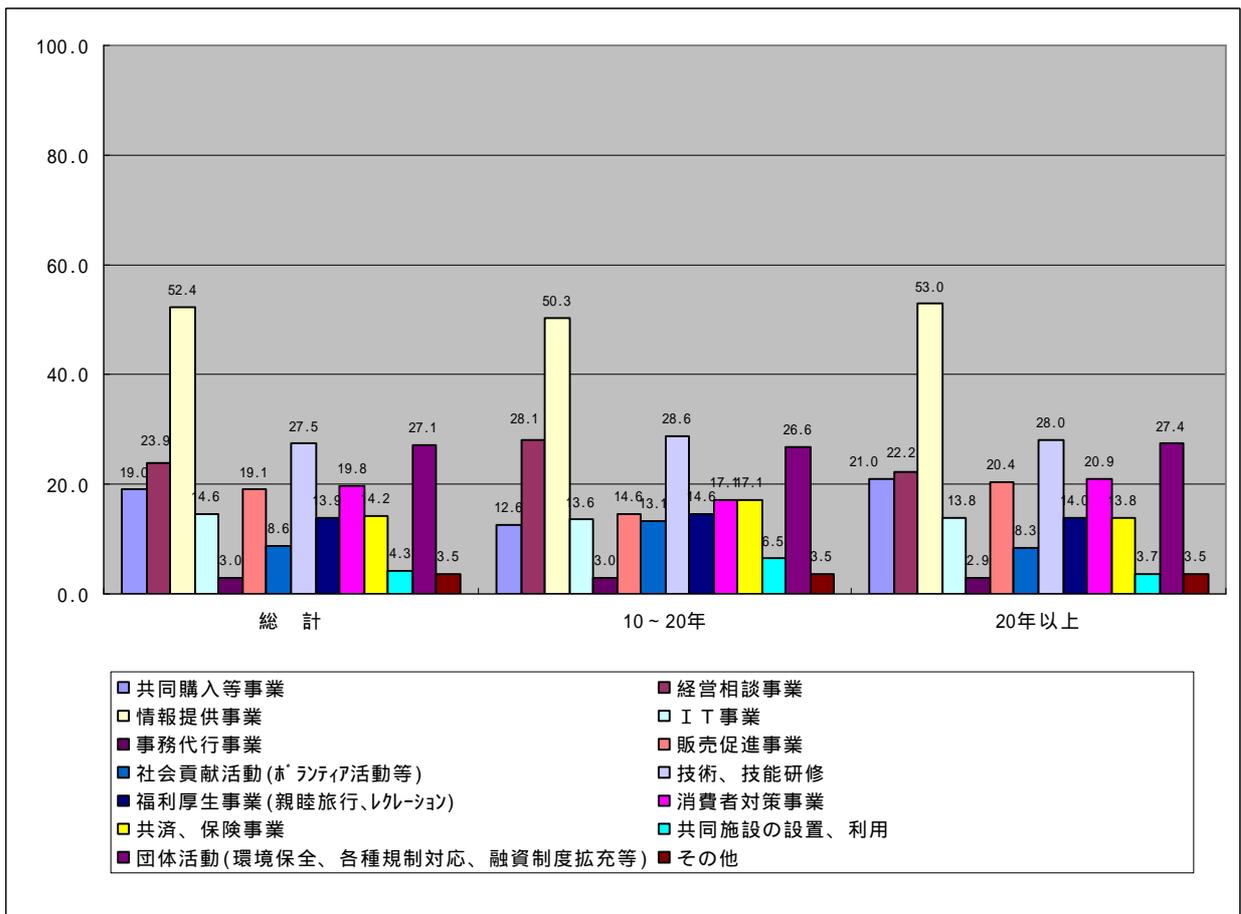
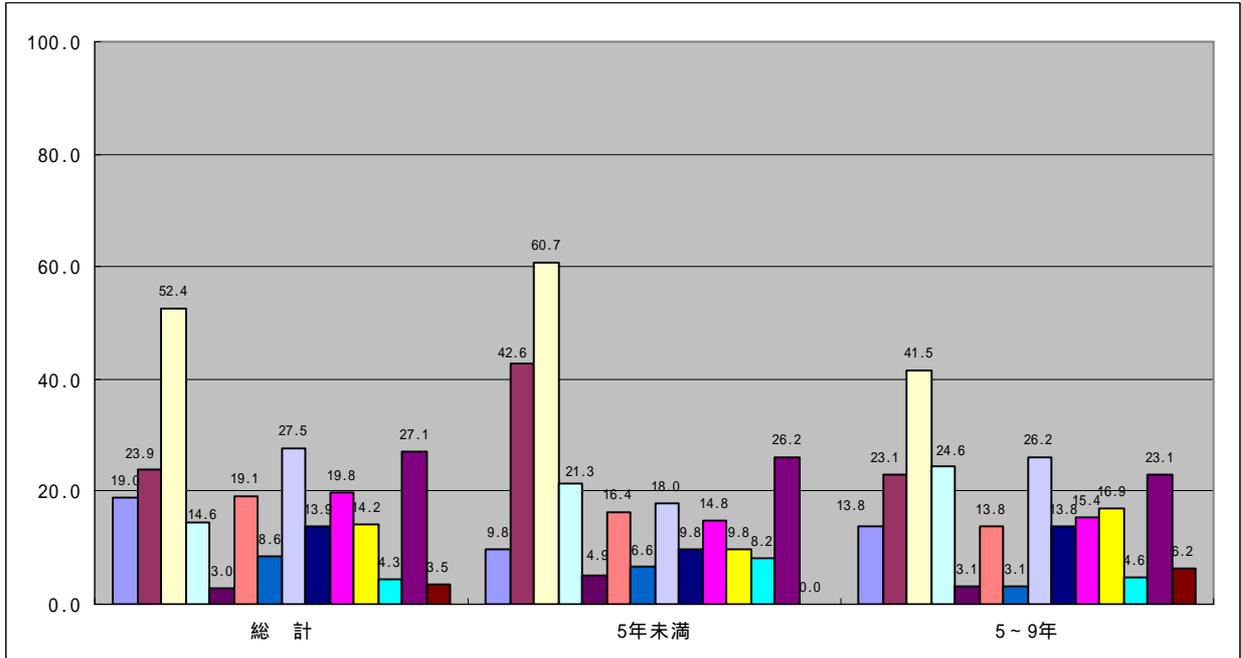


- 共同購入等事業
- 情報提供事業
- 事務代行業業
- 社会貢献活動(ボランティア活動等)
- 福利厚生事業(親睦旅行、レクレーション)
- 共済、保険事業
- 団体活動(環境保全、各種規制対応、融資制度拡充等)
- 経営相談事業
- IT事業
- 販売促進事業
- 技術、技能研修
- 消費者対策事業
- 共同施設の設置、利用
- その他

[ 地域別 ]



[ 業歴別 ]



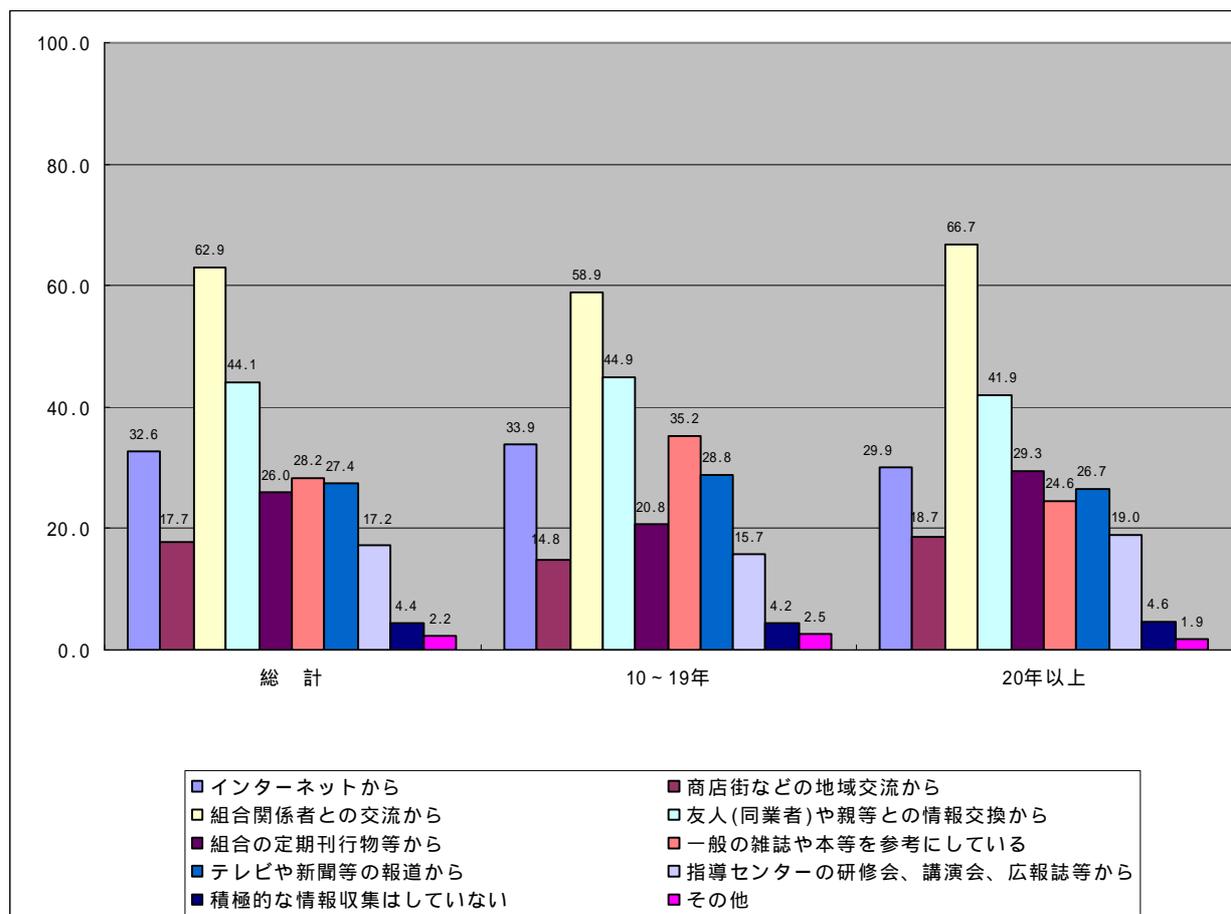
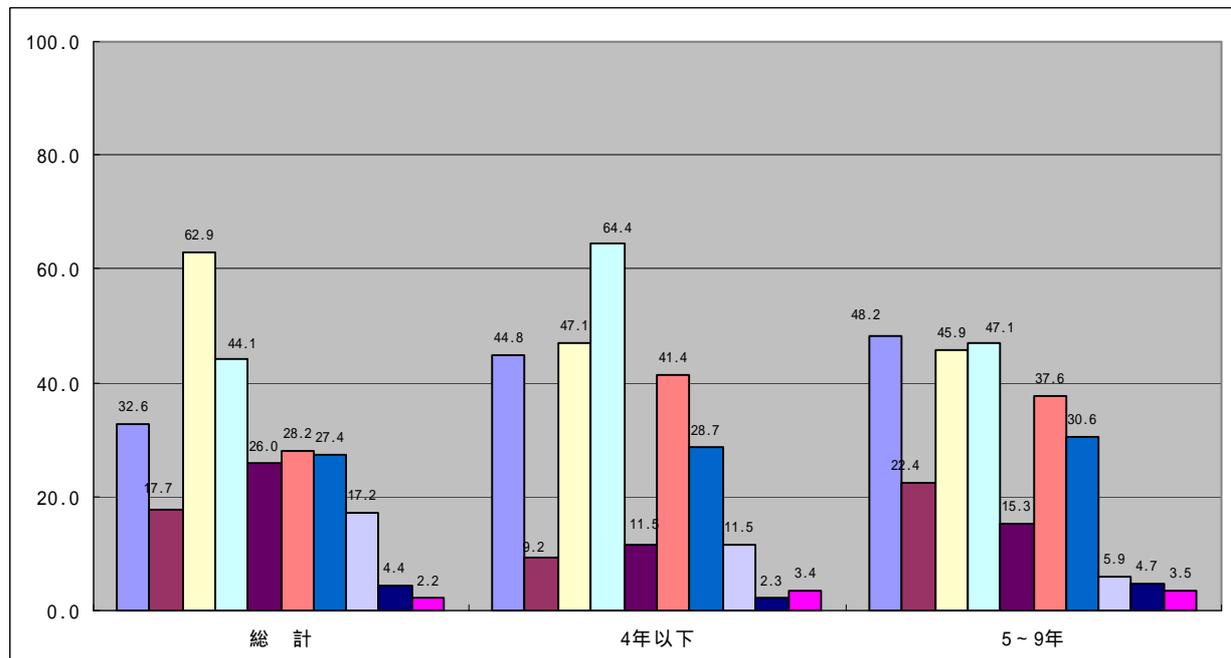
✓ 今後、組合に力を入れてもらいたい事業及び期待する事業では、「情報提供事業」が全体平均52.4%と高く、全ての項目においても、当該分類に注力してもらいたい

という回答が多かった。

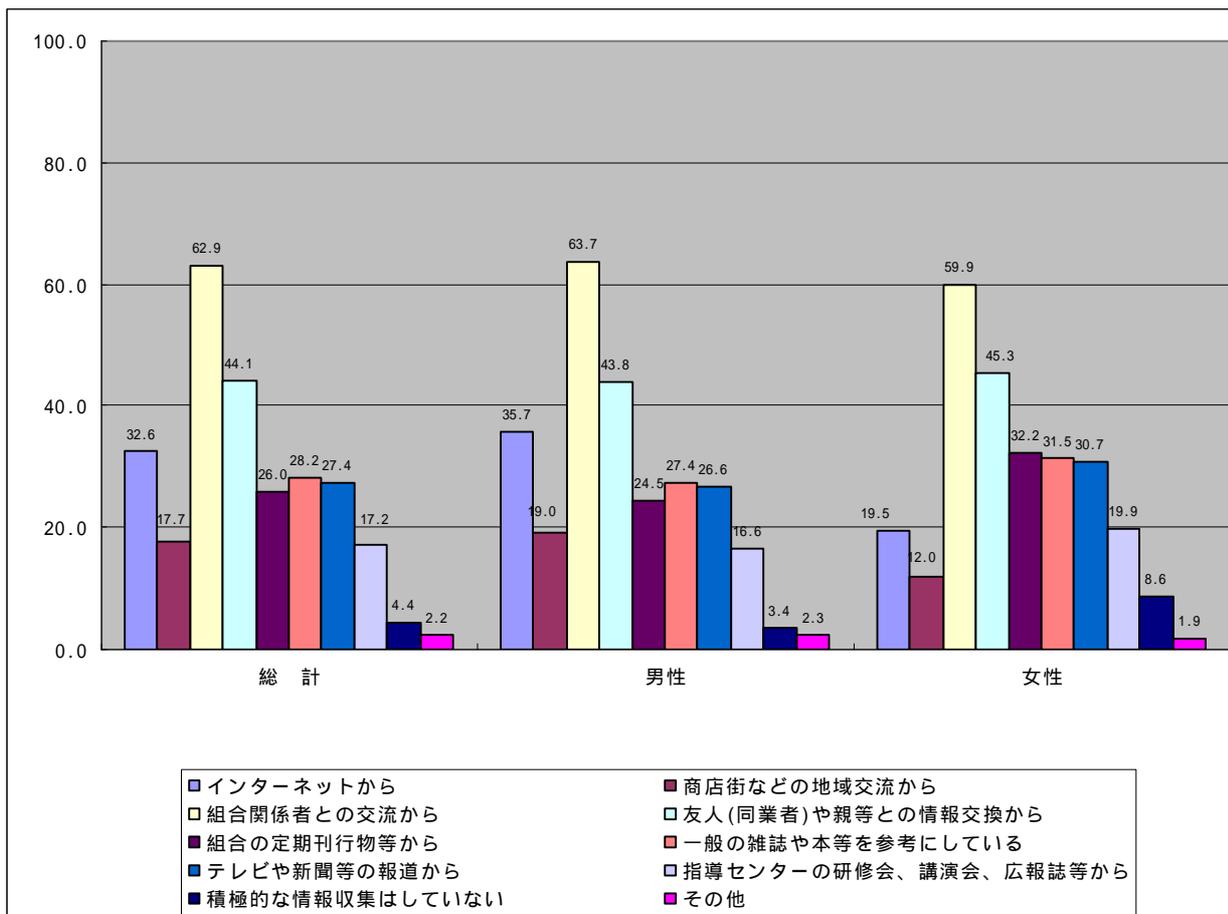
- ✓ 「経営相談事業」が全体平均23.9%の回答であったが、その中で目立った点は、業歴別において、5年未満（42.6%）が全体平均を大きく上回った事である。
- ✓ その他では「技術、技能研修」（全体平均27.5%）は、性別において男性（25.5%）よりも女性（36.5%）の方が高く、経営形態別においては法人（専業で19.1%、兼業で15.8%）よりも個人（専業で32.4%、兼業で26.5%）の方が高かった。

営業上必要な情報の入手方法（複数回答） [n=1,417]

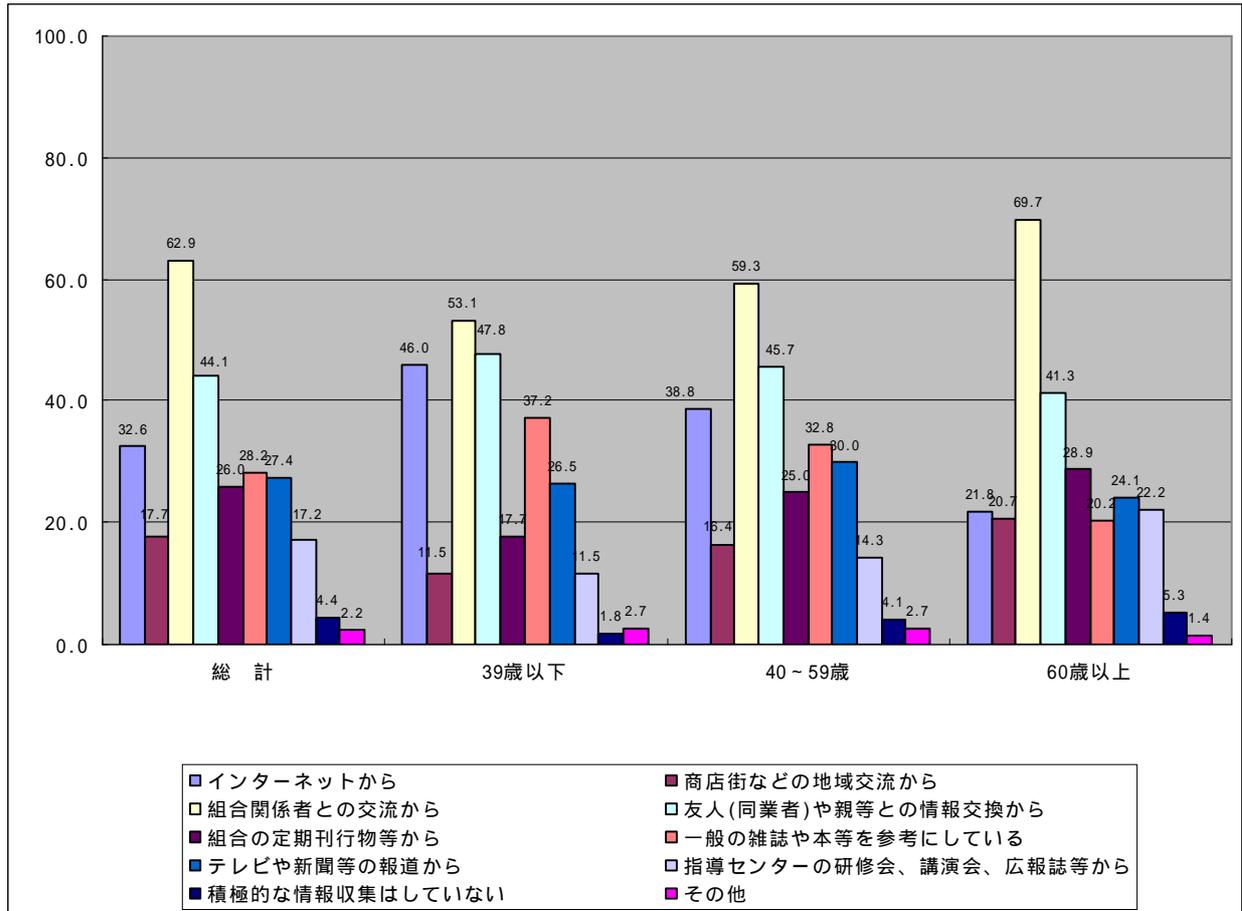
[ 組合加入年数別 ]



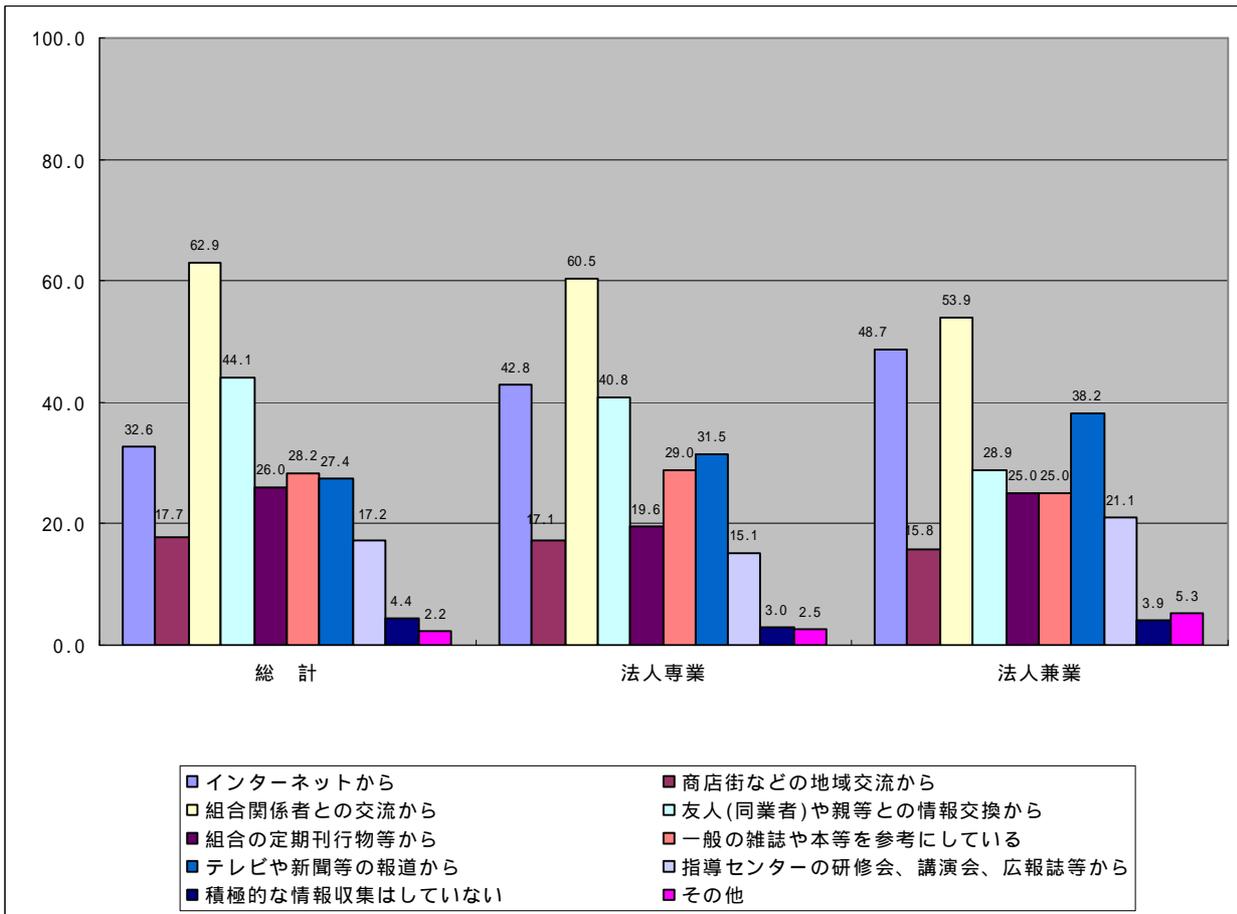
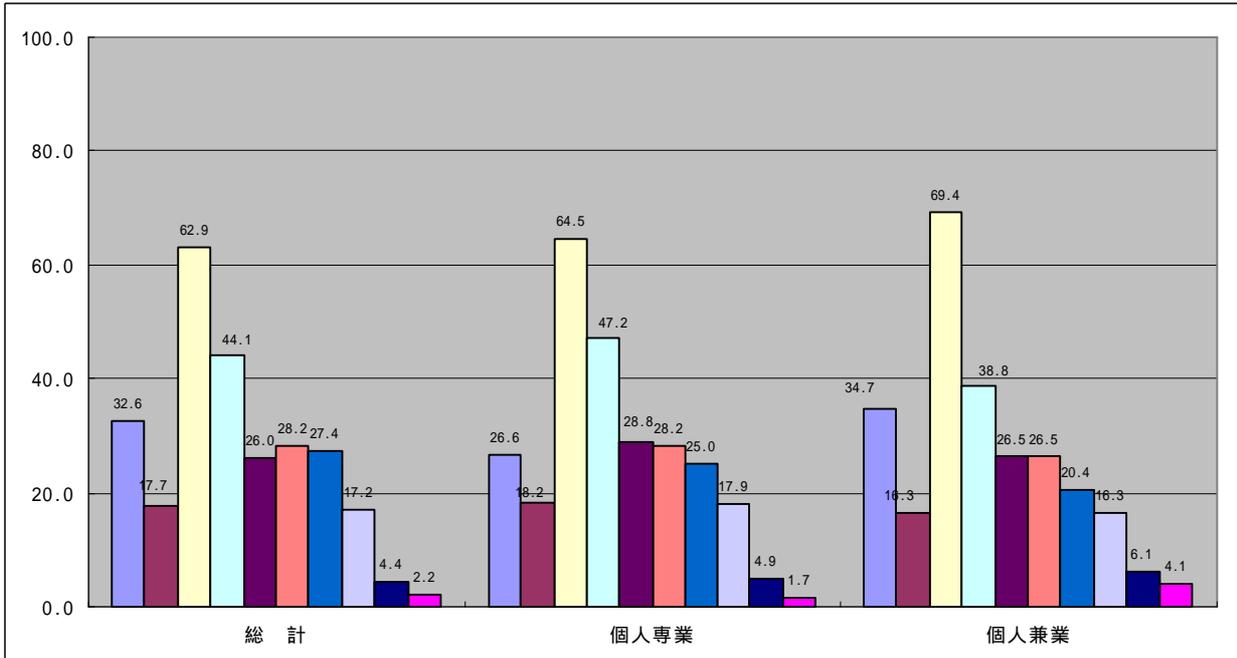
[ 性別 ]



[ 年齢別 ]

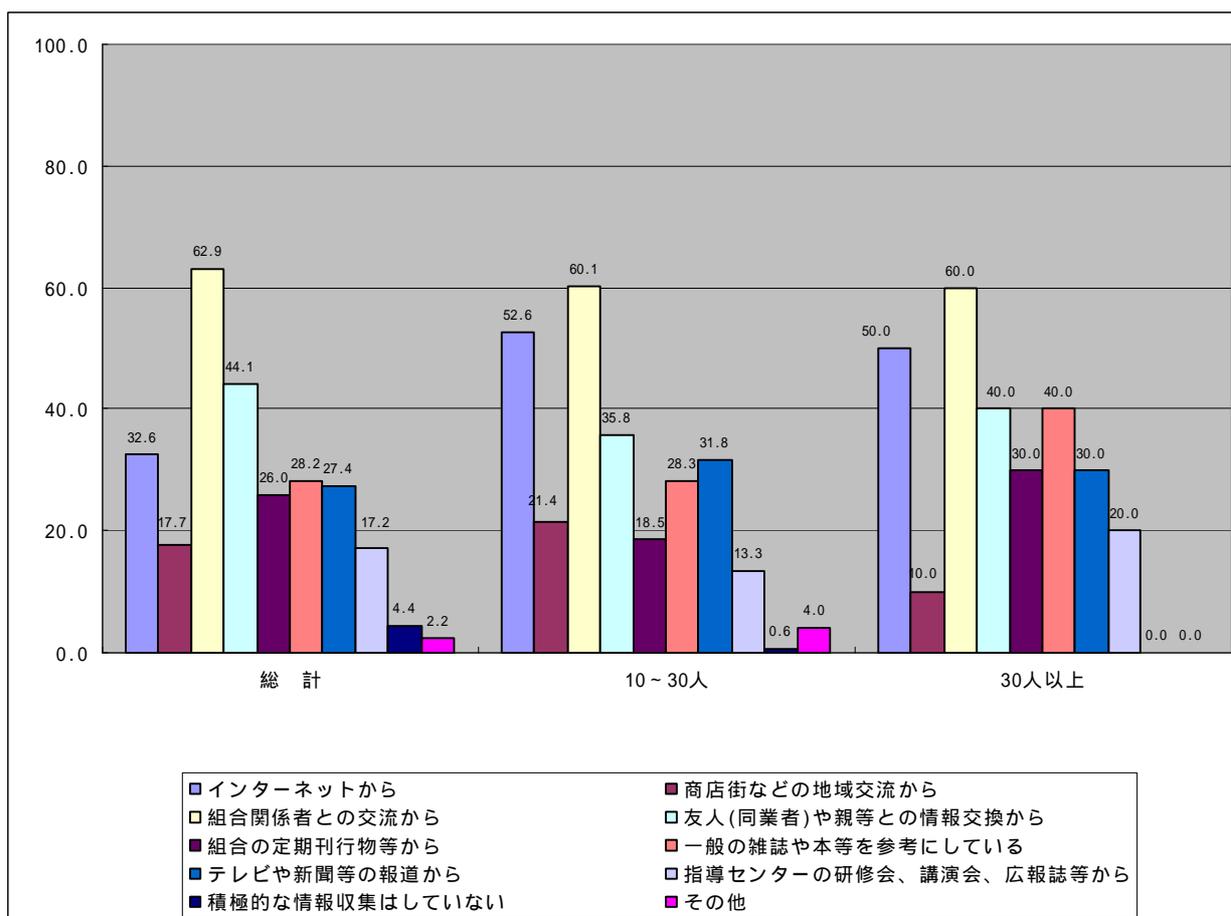
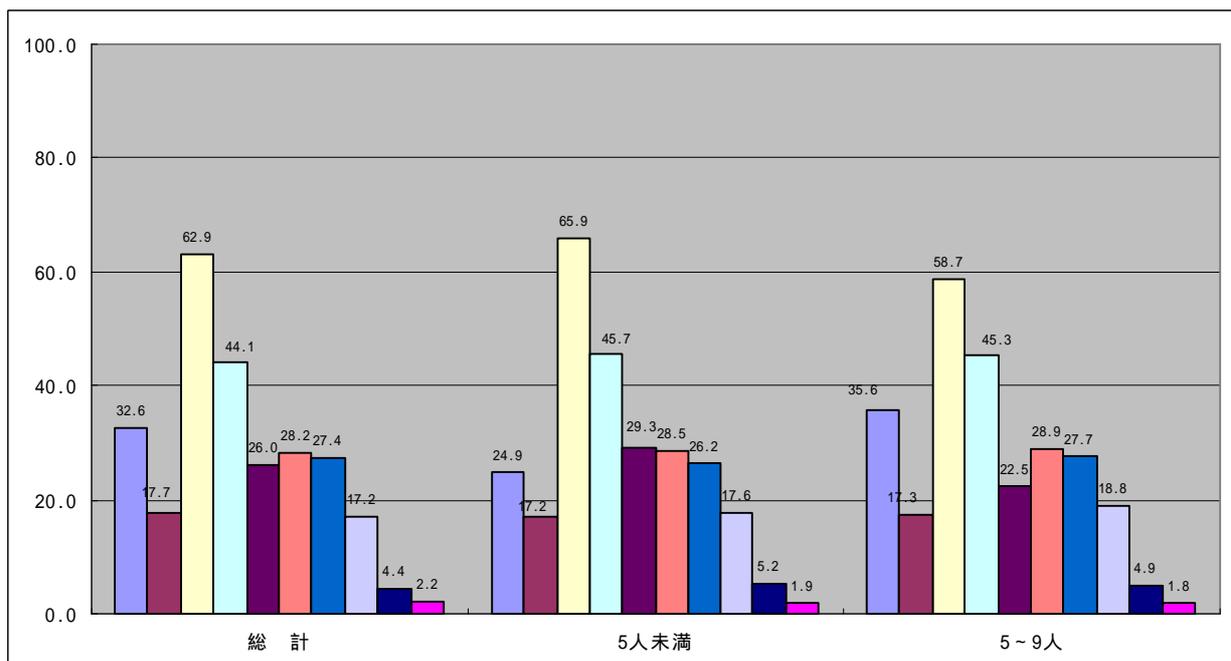


[ 経営形態別 ]

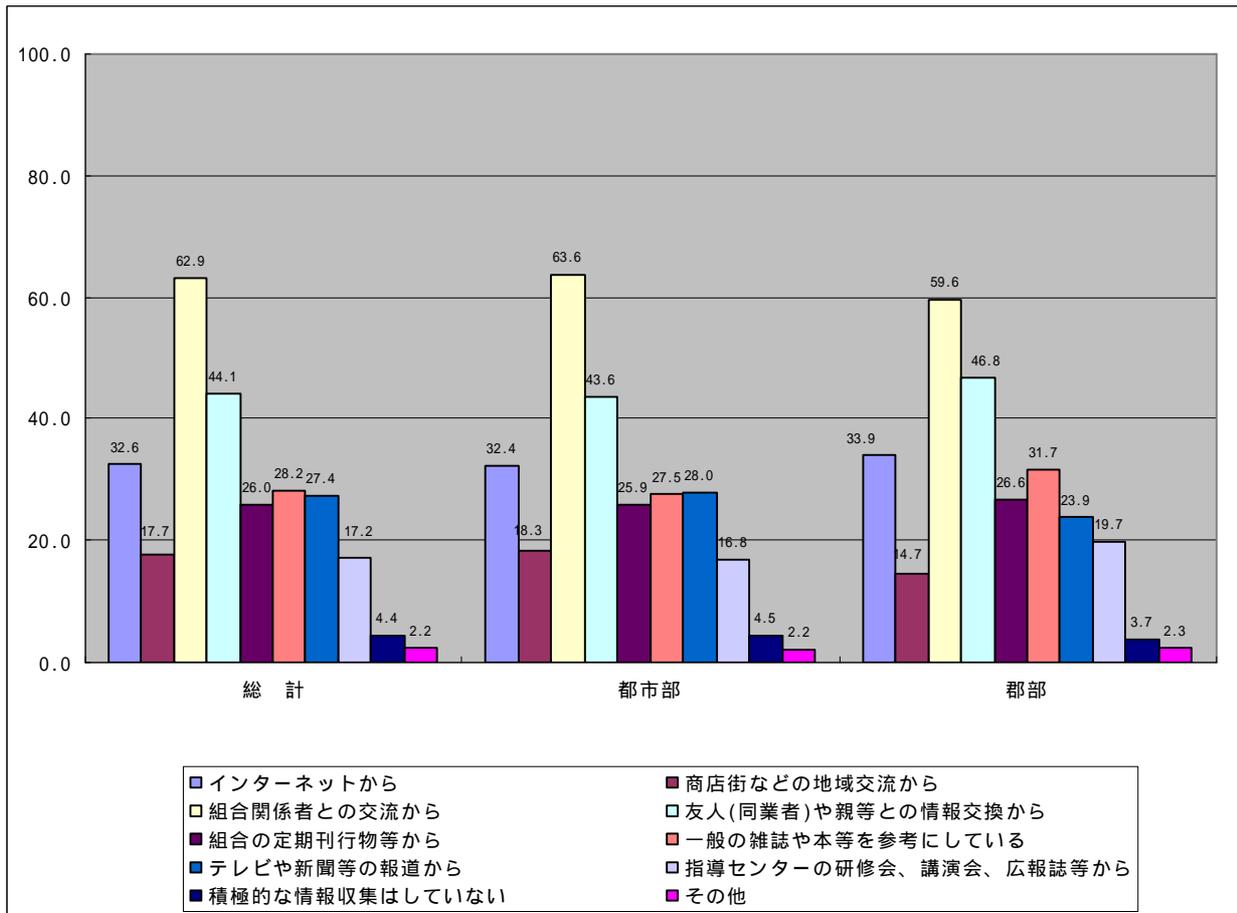


- インターネットから
- 組合関係者との交流から
- 組合の定期刊物物等から
- テレビや新聞等の報道から
- 積極的な情報収集はしていない
- 商店街などの地域交流から
- 友人(同業者)や親等との情報交換から
- 一般の雑誌や本等を参考している
- 指導センターの研修会、講演会、広報誌等から
- その他

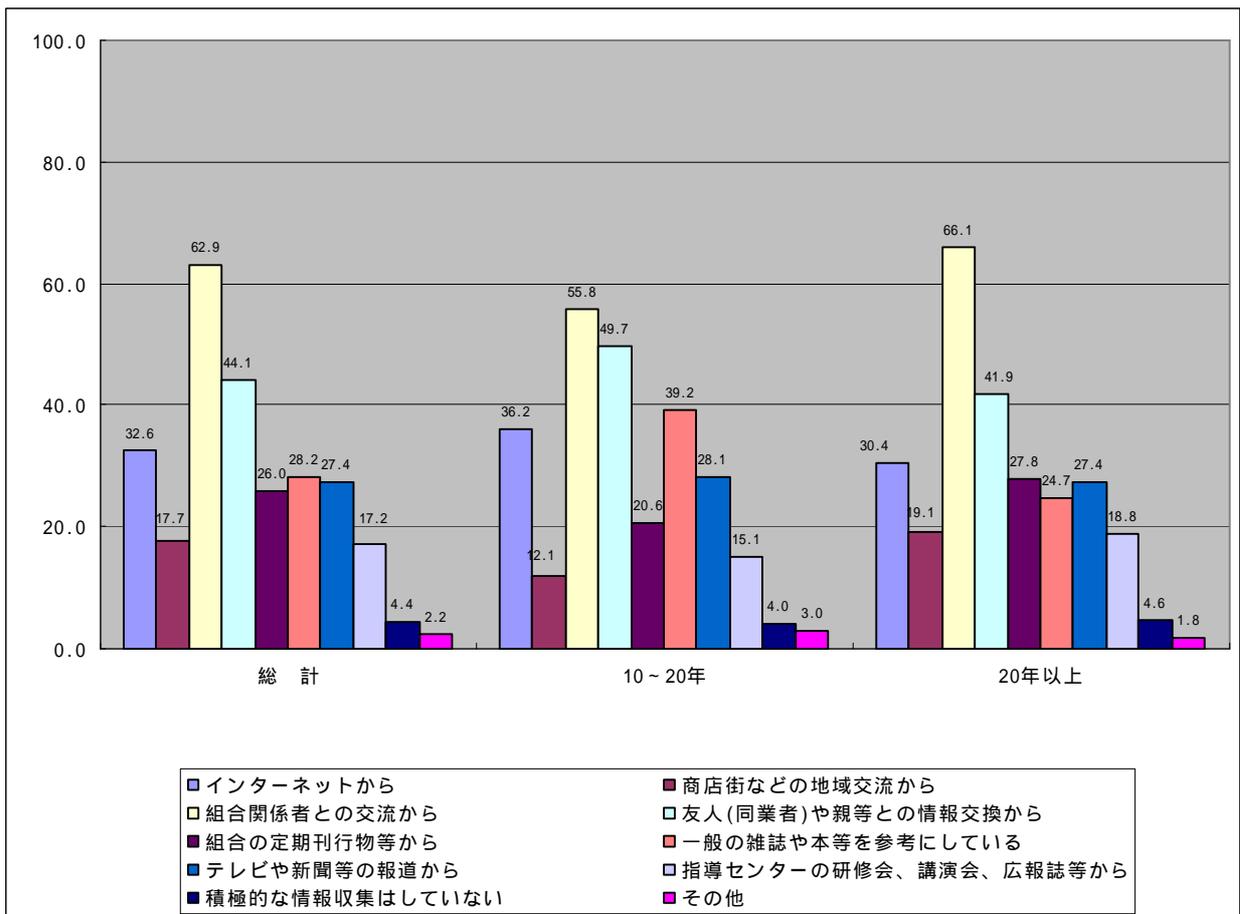
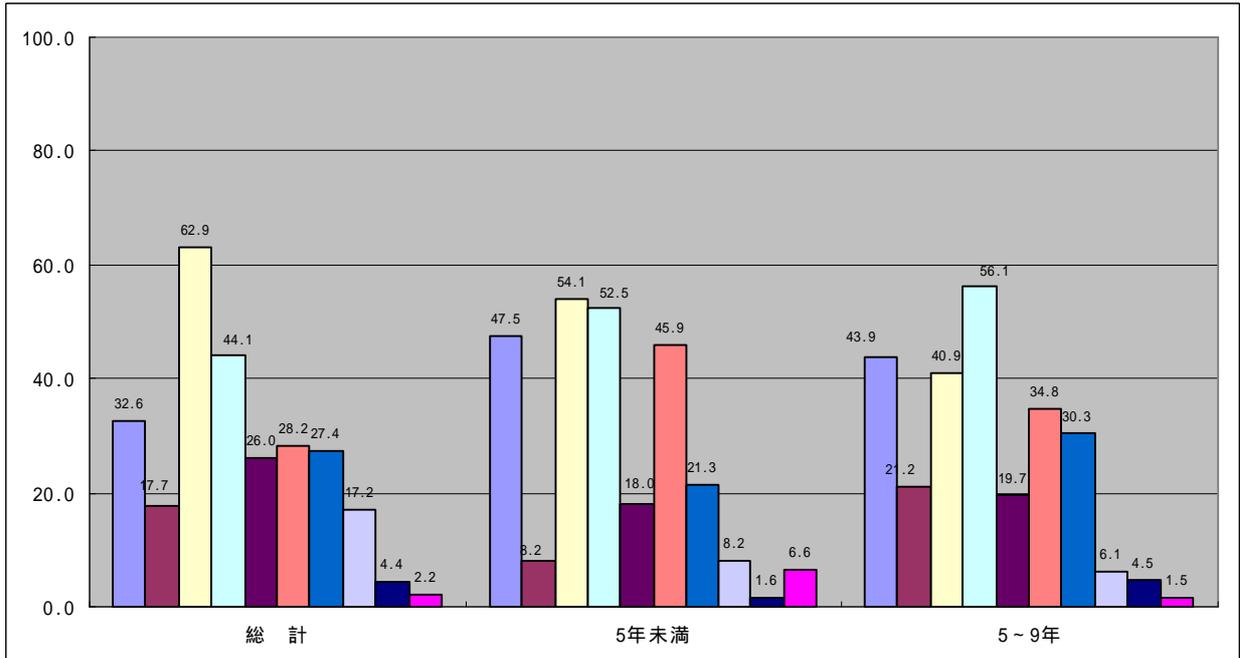
[ 従業者数別 ]



[ 地域別 ]



[ 業歴別 ]



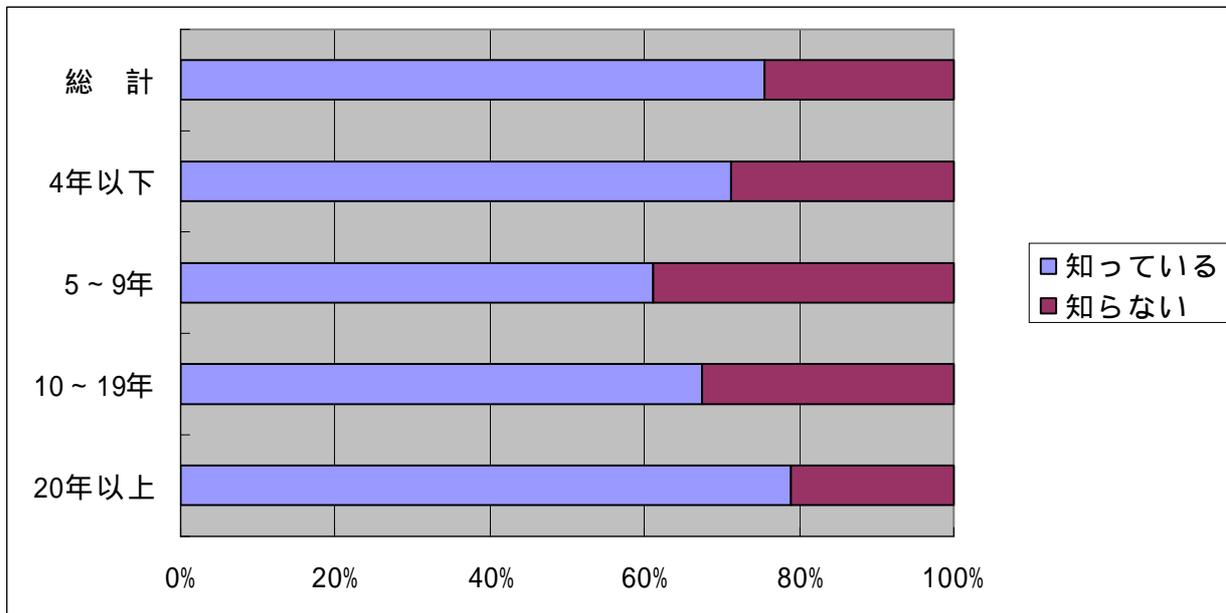
✓ 営業上必要な情報の入手方法について、全体では「組合関係者との交流から」62.9%、「友人（同業者）や親等との情報交換から」が44.1%と高かった。

- ✓ 組合加入年数別では、「組合関係者との交流から」で4年以下が47.1%と、全体平均（62.9%）を大きく下回り、20年以上は66.7%と全体平均を上回っている。
- ✓ 年齢別で、「インターネットから」の割合は年齢が上がるほど減少し、その一方で「組合関係者との交流から」は増加する。
- ✓ 「インターネットから」(32.6%)、「一般の雑誌や本等を参考にしている」(28.2%)も高い比率であり、このあたりは拮抗している。

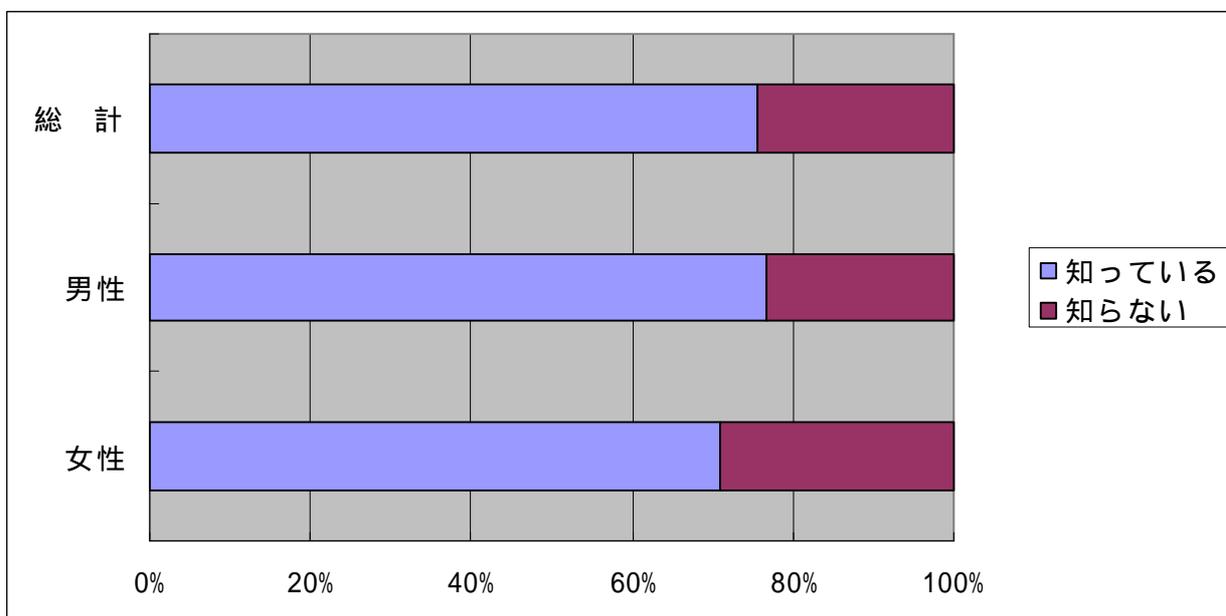
( 2 ) 都道府県生活衛生営業指導センターについて [ n=1,417 ]

? 都道府県指導センターの存在

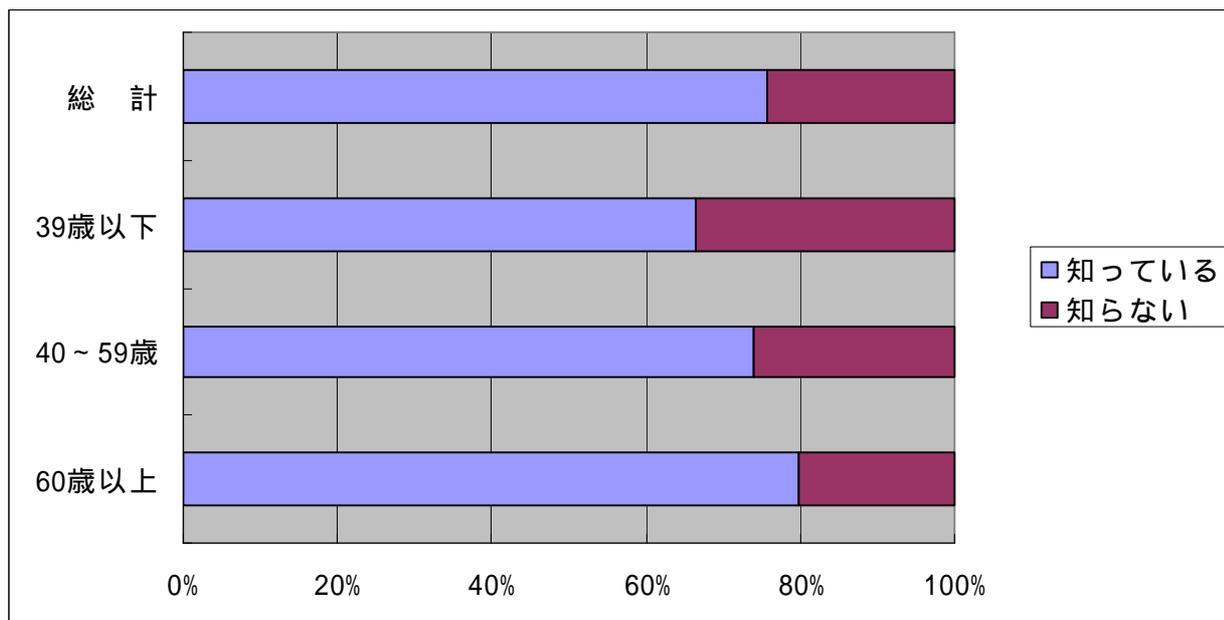
[ 組合加入年数別 ]



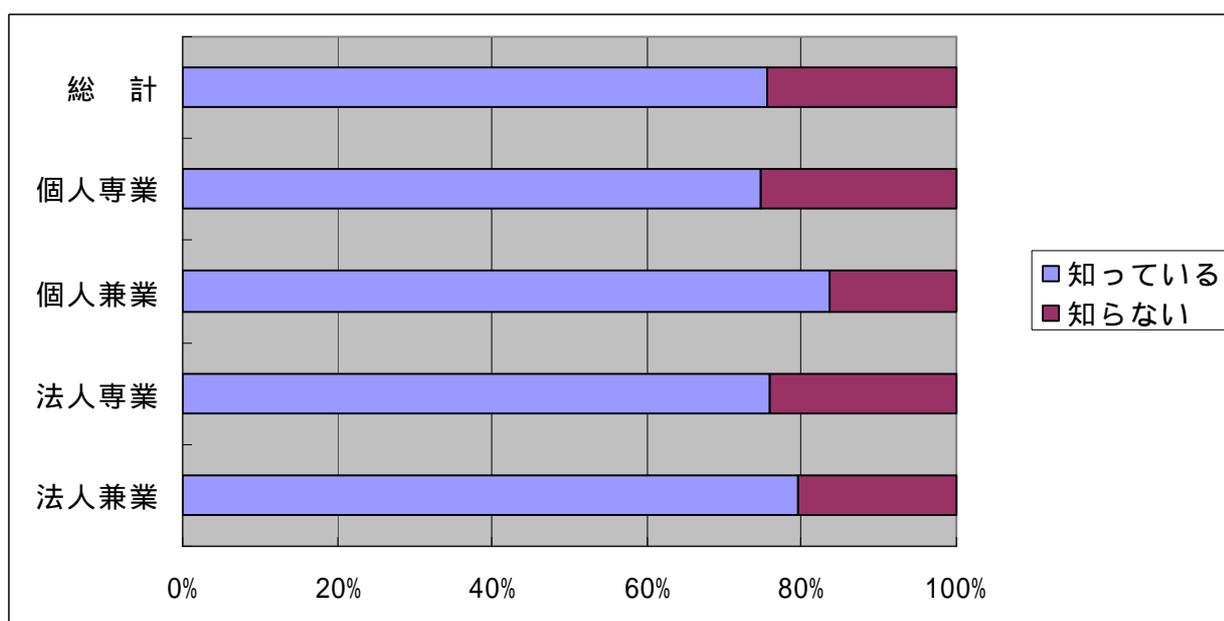
[ 性別 ]



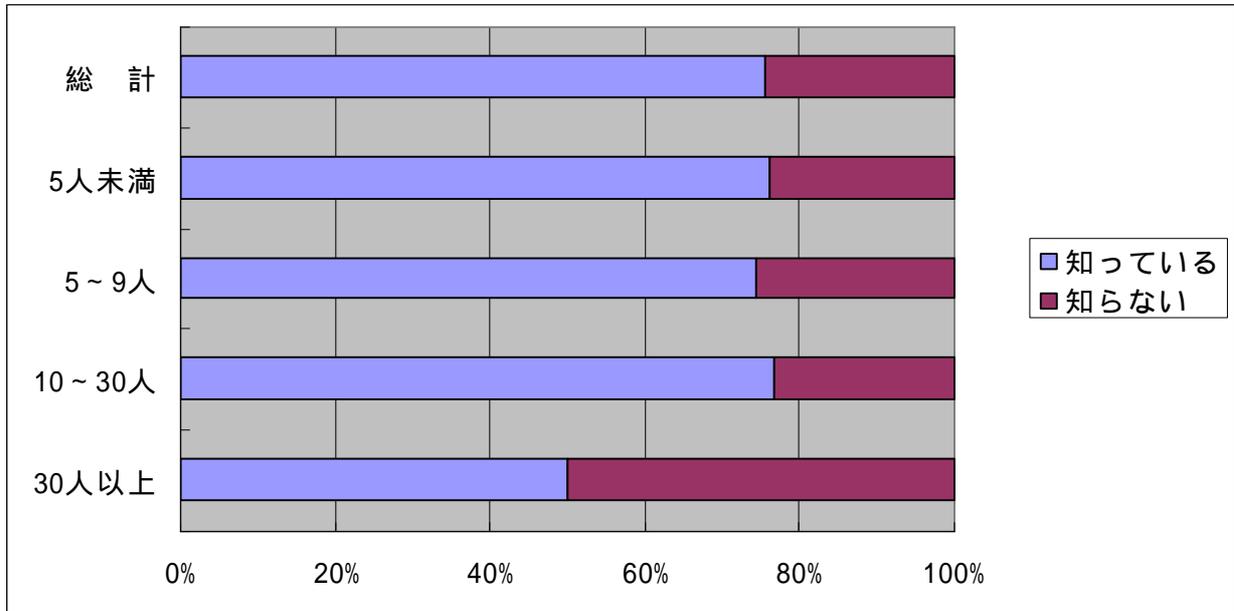
[ 年齢別 ]



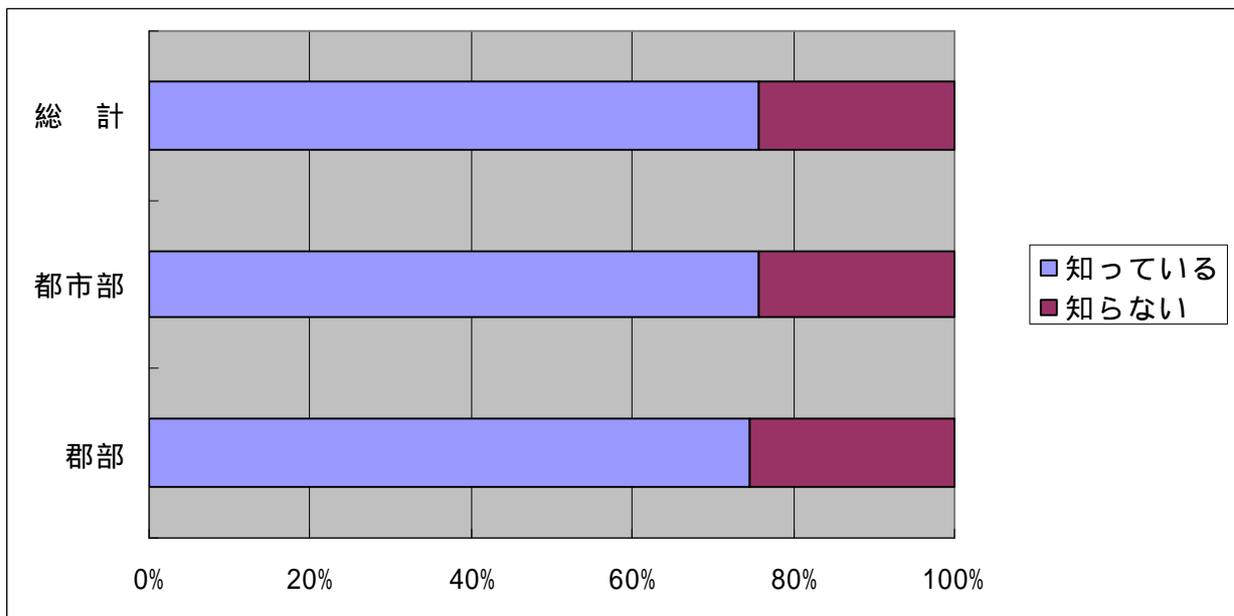
[ 経営形態別 ]



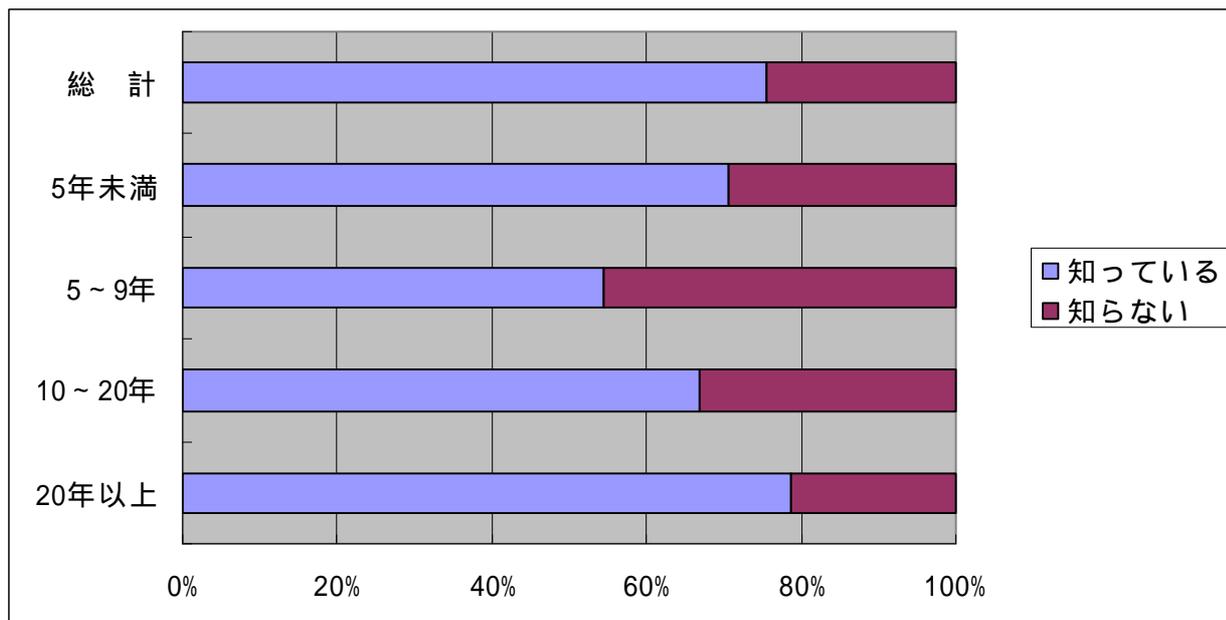
[ 従業者数別 ]



[ 地域別 ]



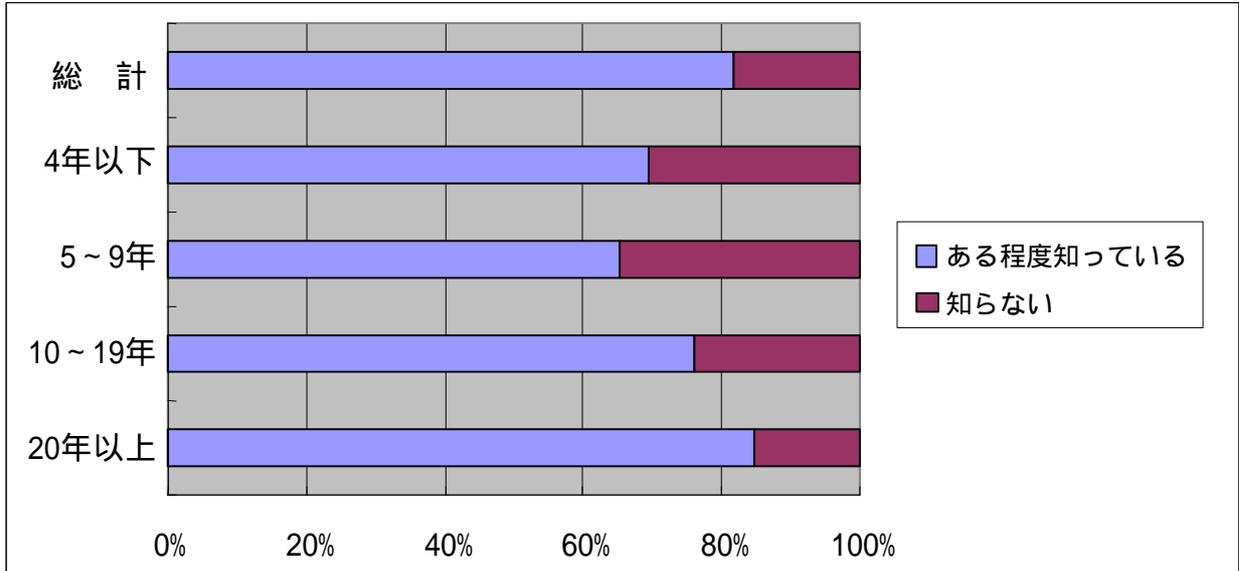
[ 業歴別 ]



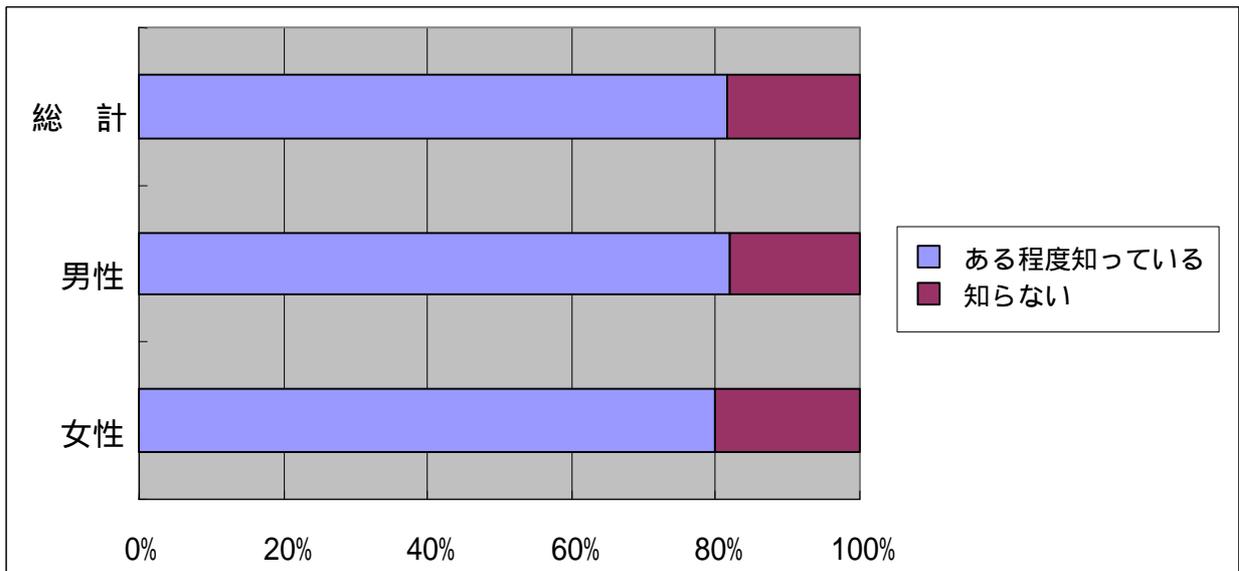
- ✓ 都道府県指導センターの存在については、全体では「知っている」が75.6%と、「知らない」の24.4%であった。
- ✓ 組合加入年数別で、5～9年の「知っている」が61.2%と低く、年齢別においても年齢が若い方が低く39歳以下の「知っている」は66.4%、業歴別においても、5～9年の「知っている」が54.5%と、全体平均（75.6%）を大きく下回っている。
- ✓ 従業者数別では、30人以上の従業者数のところは「知っている」が50%と、少人数の所と比較して低かった。

都道府県指導センターが実施している事業 [ n=1,069 ]

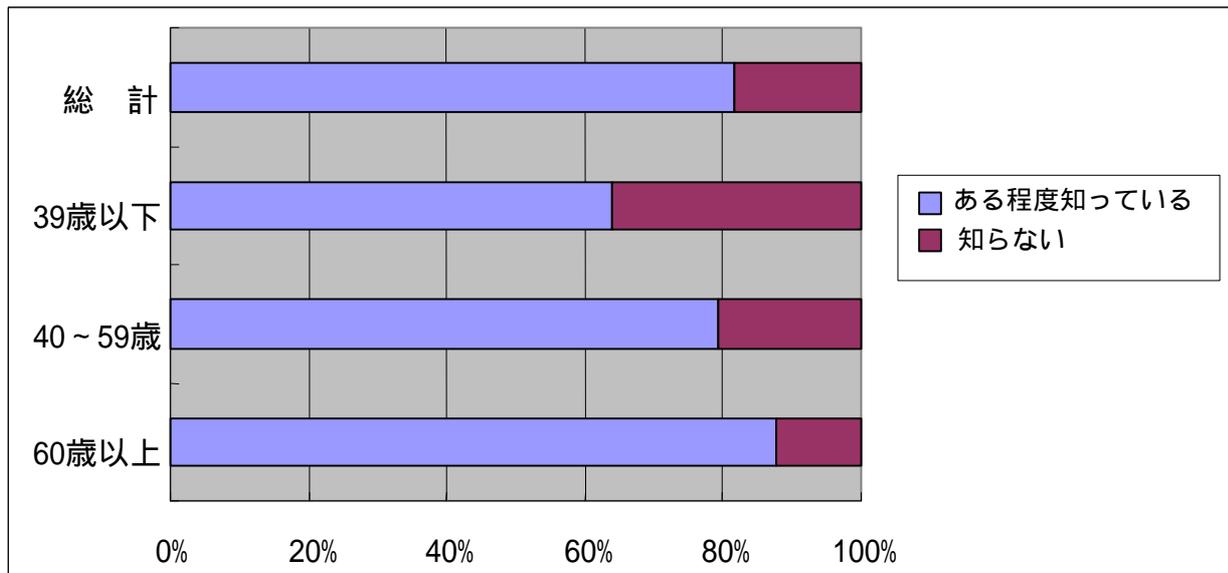
[ 組合加入年数別 ]



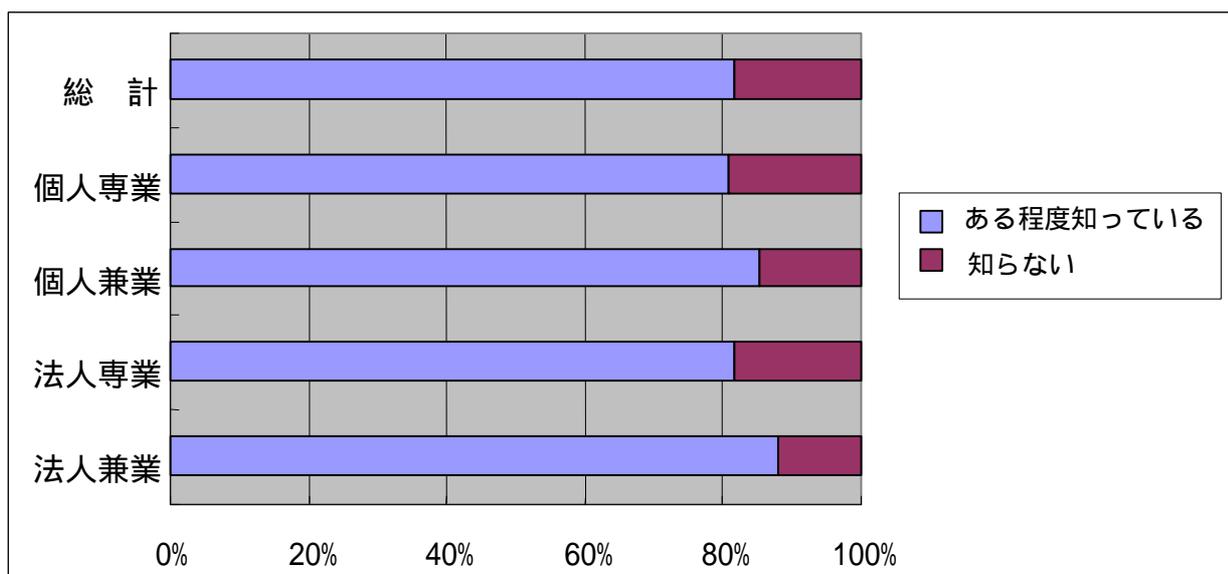
[ 性別 ]



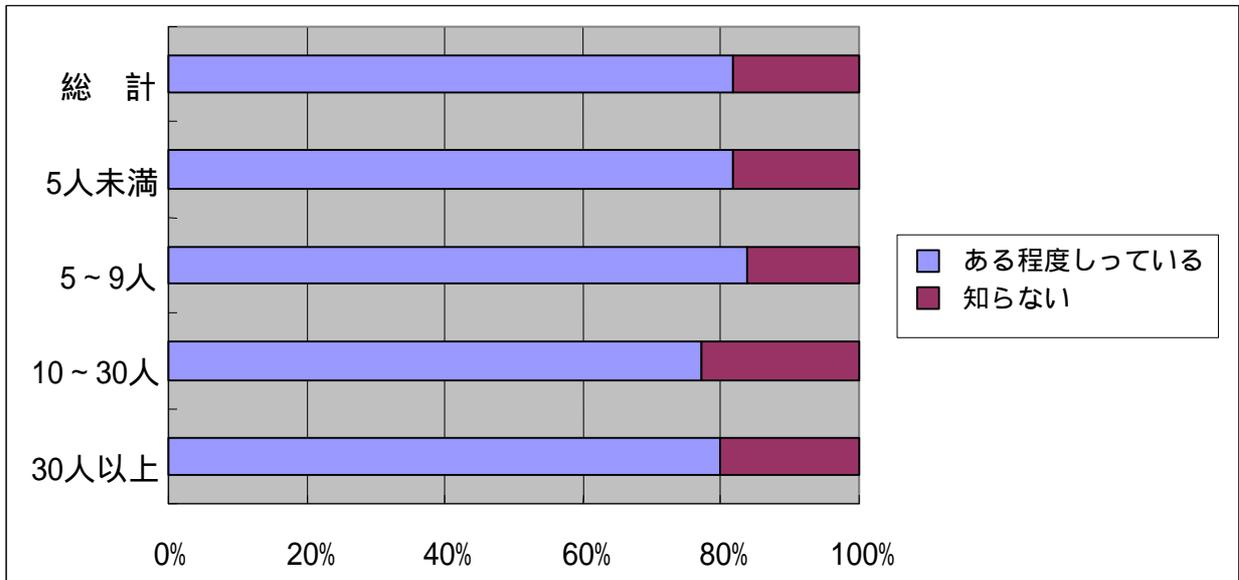
[ 年齢別 ]



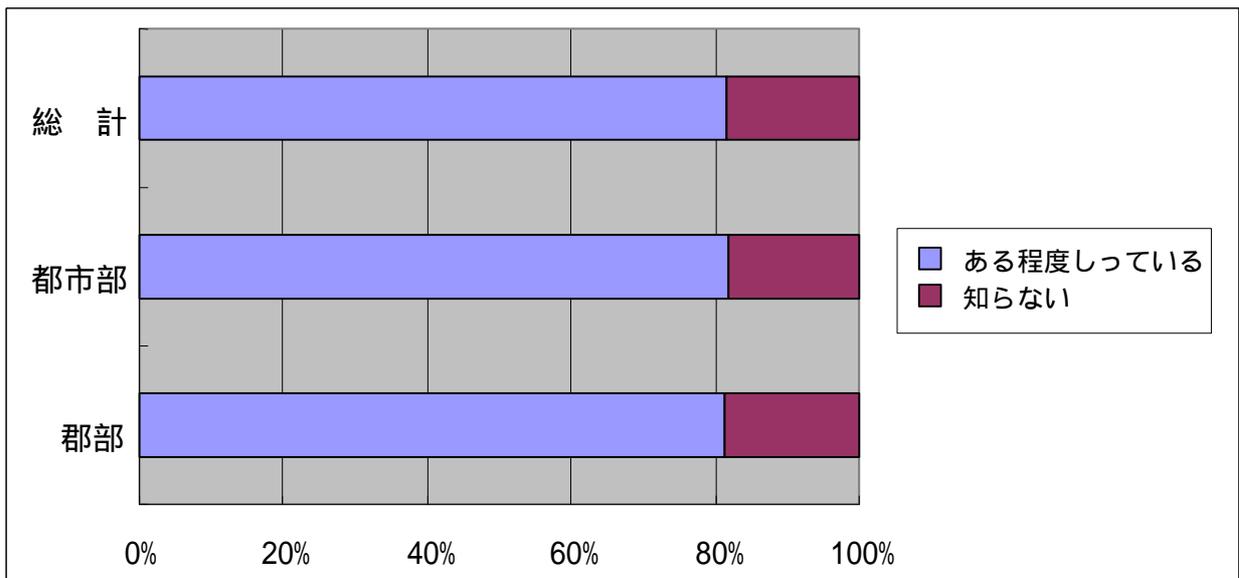
[ 経営形態別 ]



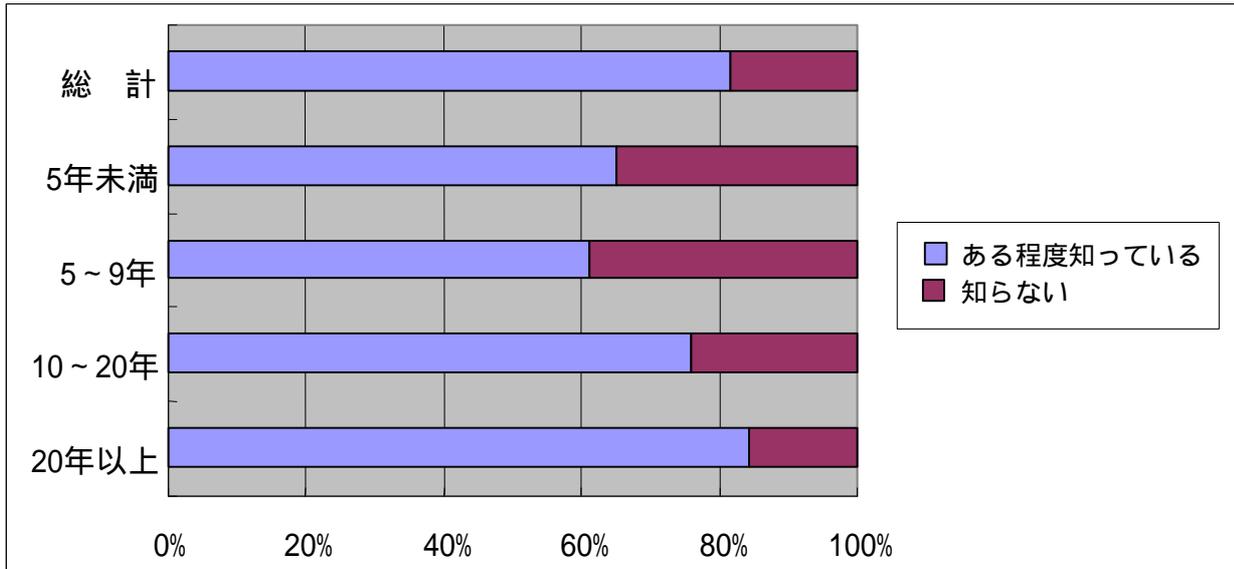
[ 従業者数別 ]



[ 地域別 ]



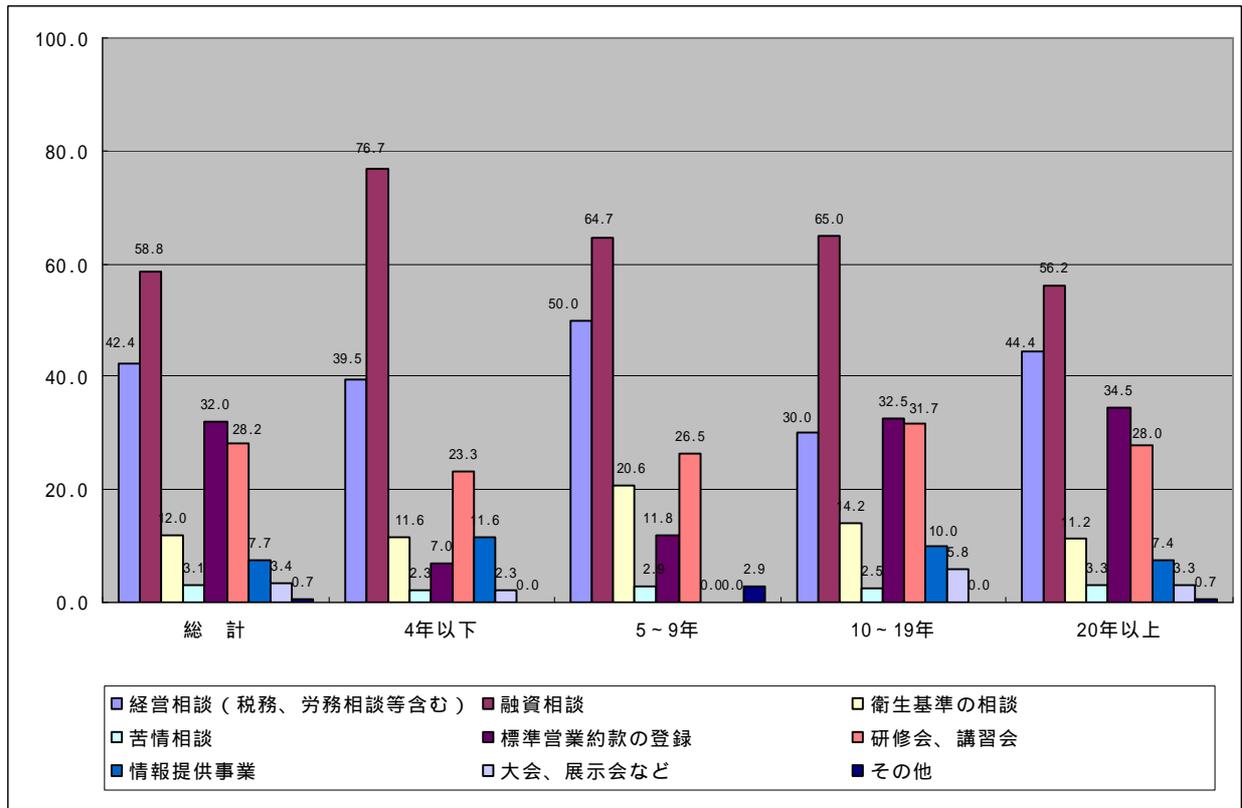
[ 業歴別 ]



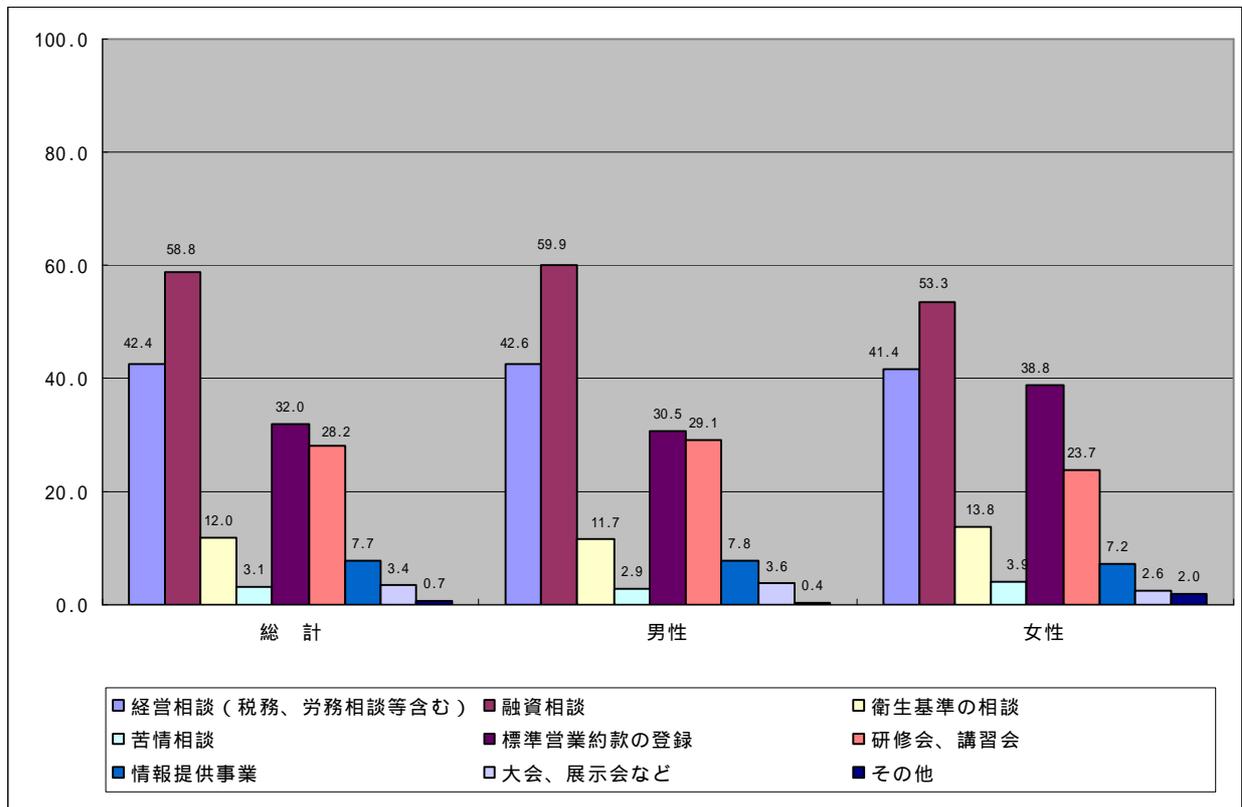
- ✓ 都道府県指導センターが実施している事業については、大半の項目で「ある程度知っている」が80%前後の比率であった。
- ✓ ただし、組合加入年数別で、4年以下と5～9年は、他の組合員より「知らない」という回答比率が前者30.6%、後者34.6%と高かった。
- ✓ 年齢別では、特に39歳以下で「知らない」が36.0%と高かった。
- ✓ 業歴別でも、やはり5年未満と5～9年の「知らない」が、前者34.9%、後者38.9%と高かった。

## 知っている事業内容（複数回答）

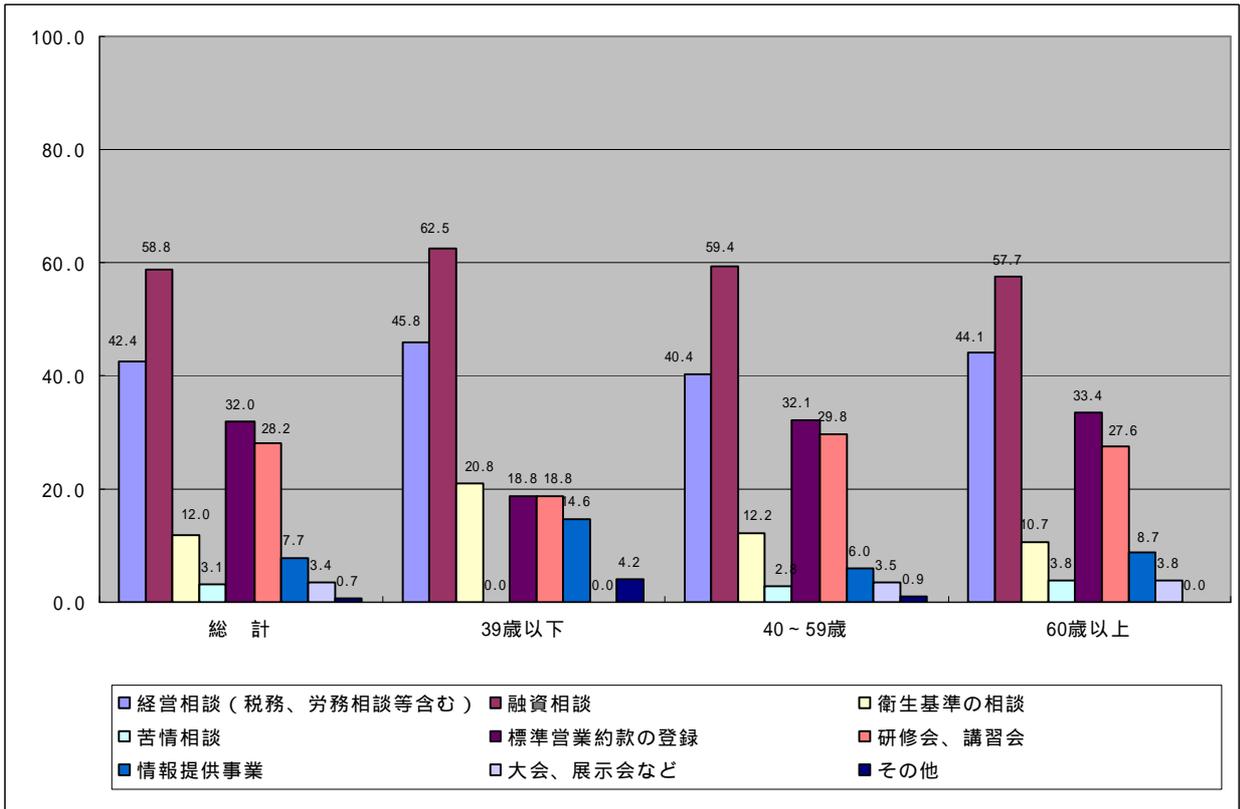
### [ 組合加入年数別 ]



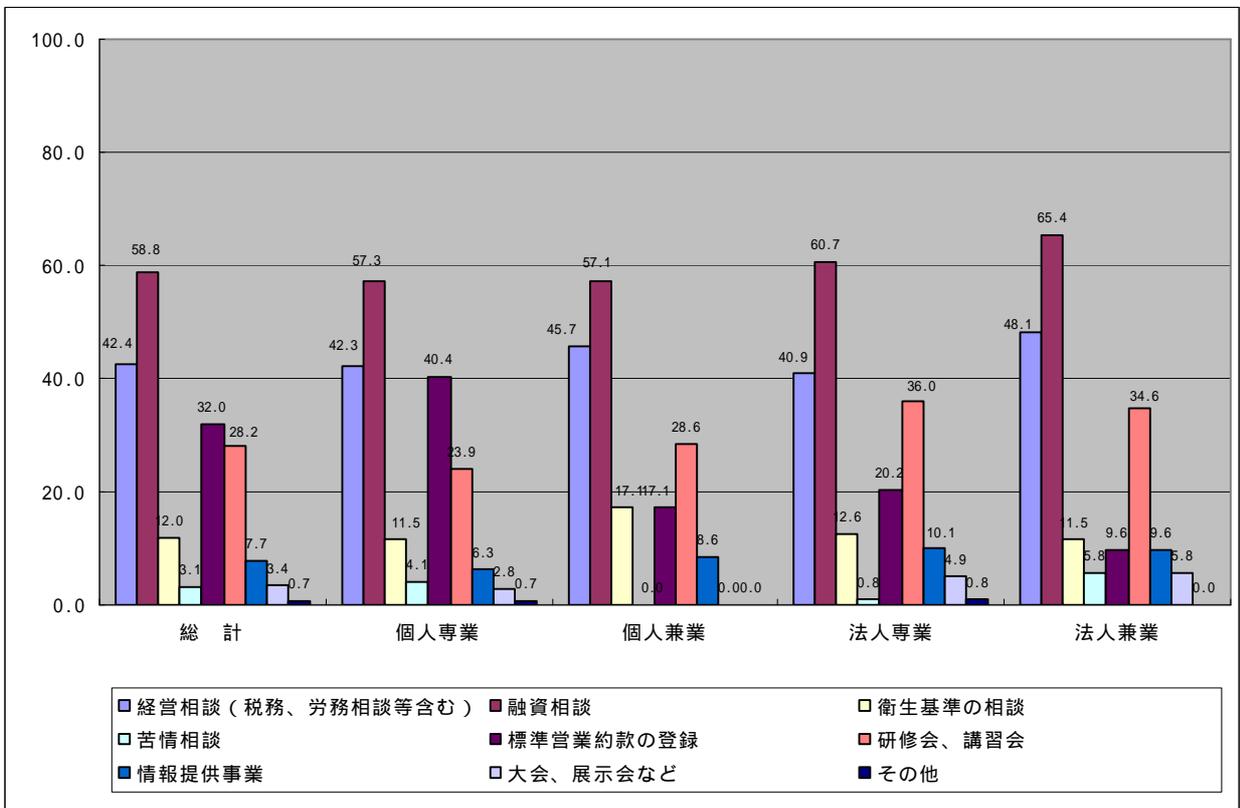
### [ 性別 ]



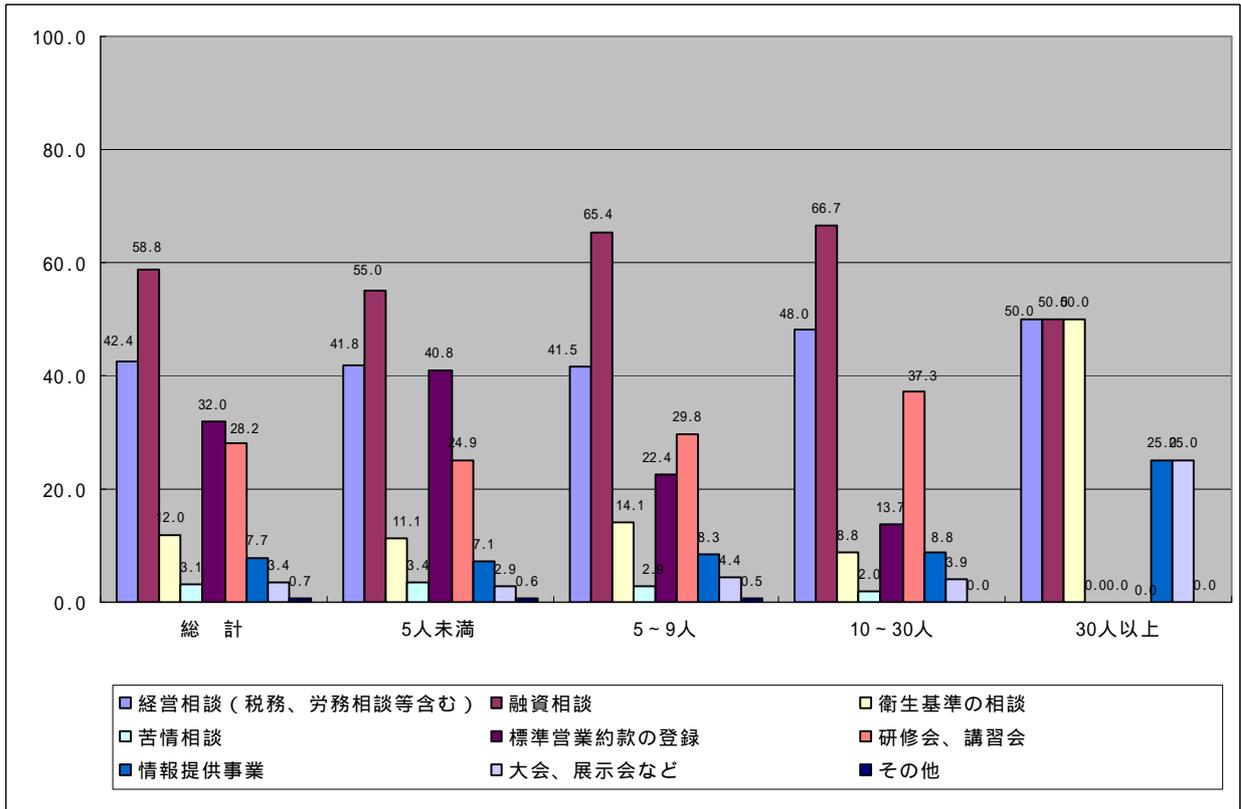
[ 年齢別 ]



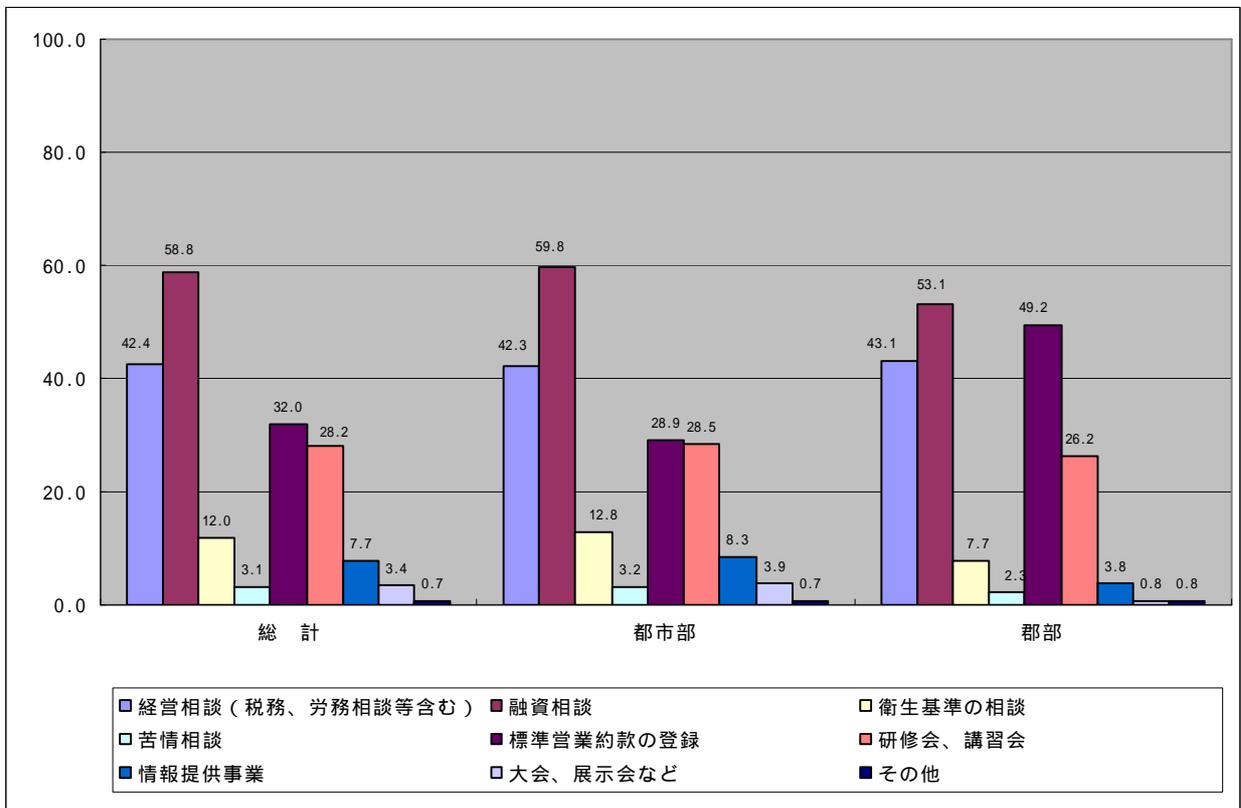
[ 経営形態別 ]



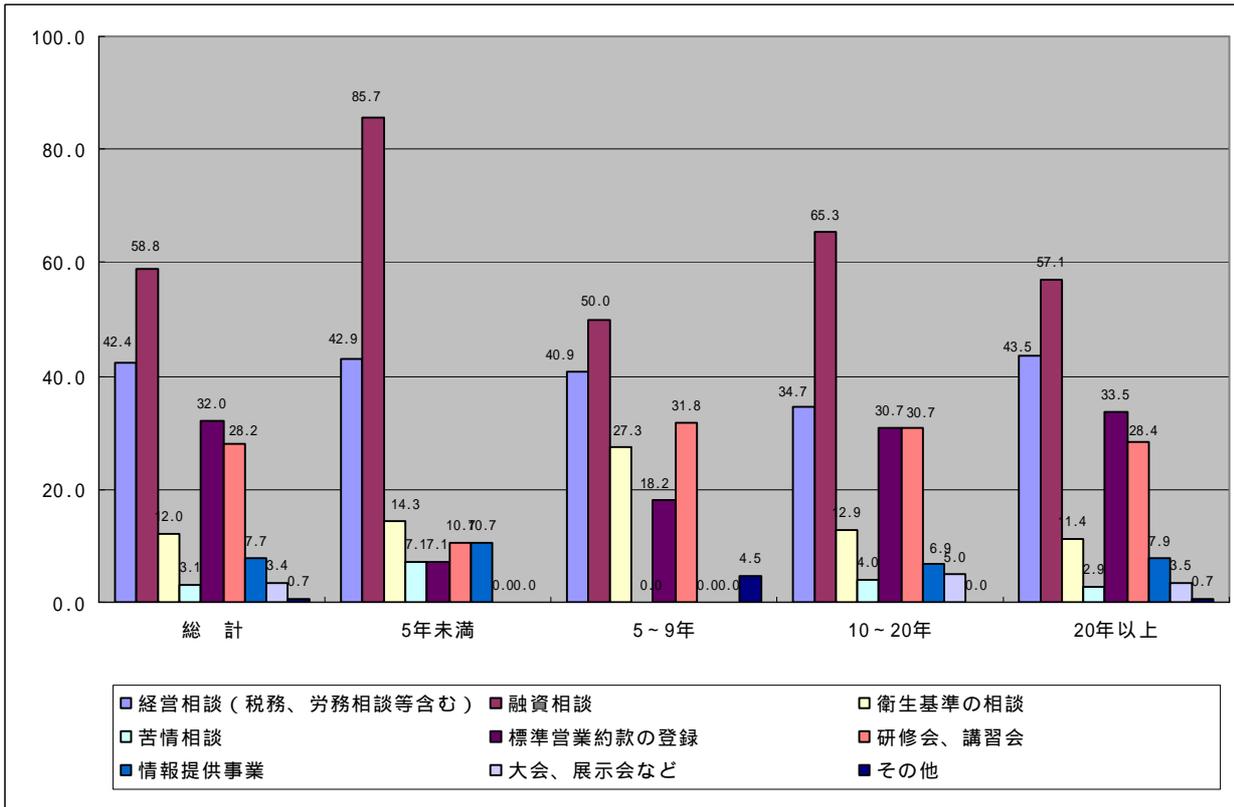
[ 従業者数別 ]



[ 地域別 ]



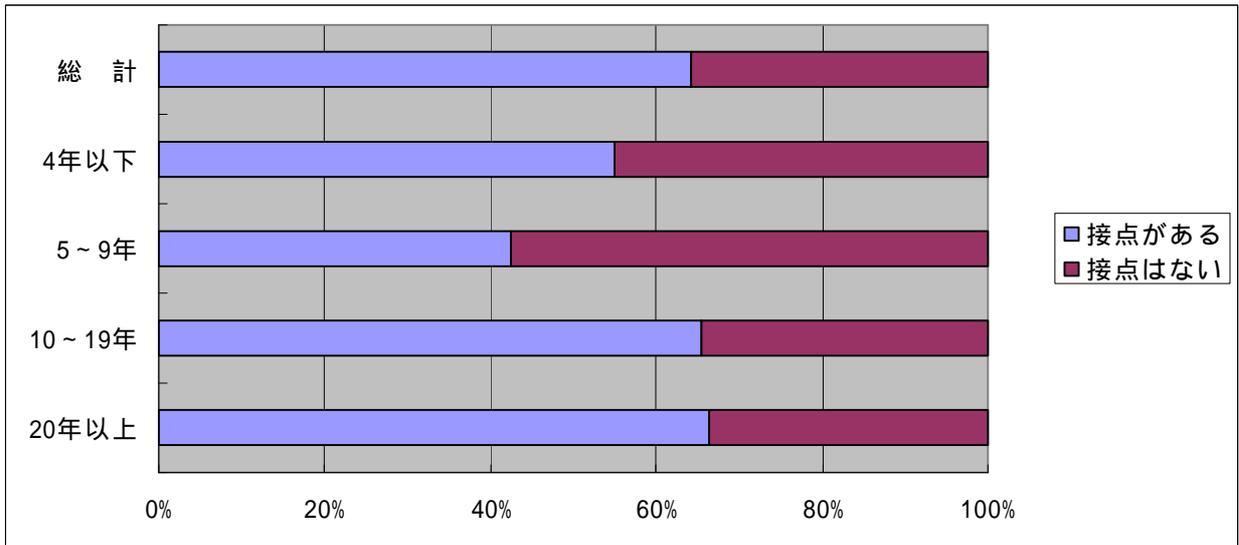
[ 業歴別 ]



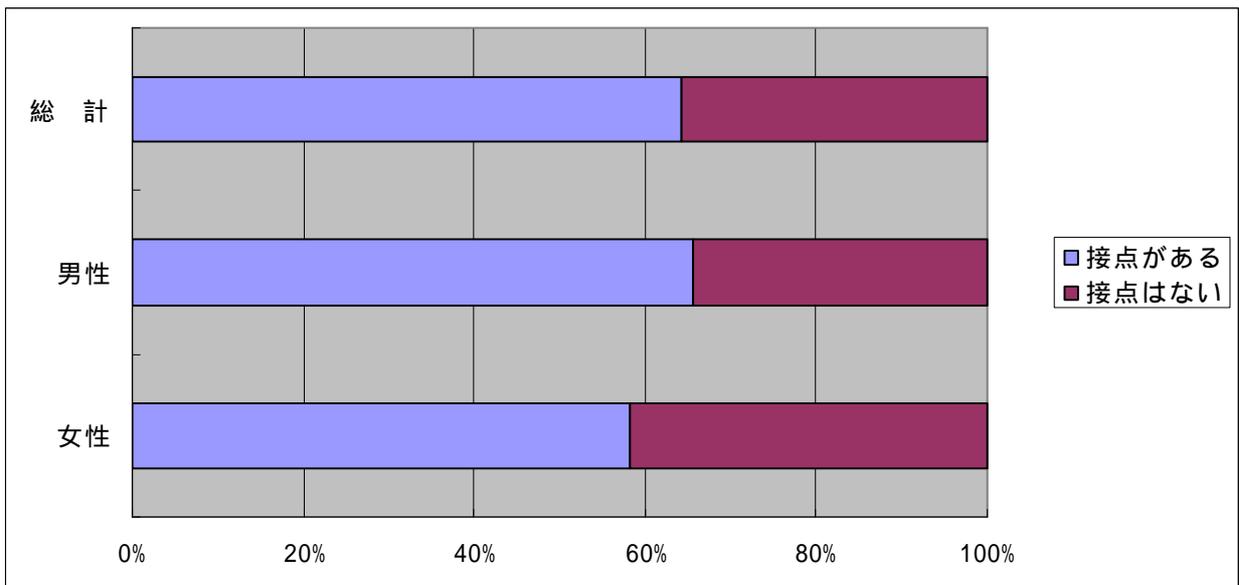
- ✓ 知っている事業内容は、全体的に「融資相談」(58.8%)、「経営相談」(42.4%)が高く、他の分類を大きく引き離していた。
- ✓ 組合加入年数別では、加入年数が大きいほど、「融資相談」の割合は低くなり、「標準営業約款の登録」と「研修会、講習会」の割合が高くなっている。
- ✓ 業例別では、5年未満で「融資相談」の比率が85.7%と非常に高い。

都道府県指導センターとの接点の有無 [ n=1,056 ]

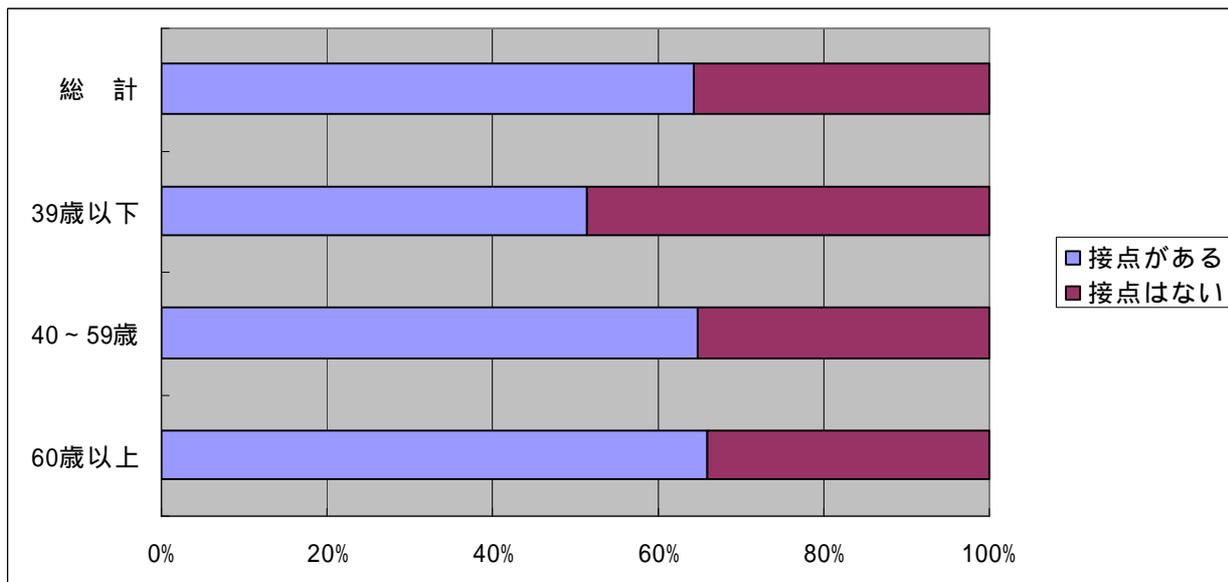
[ 組合加入年数別 ]



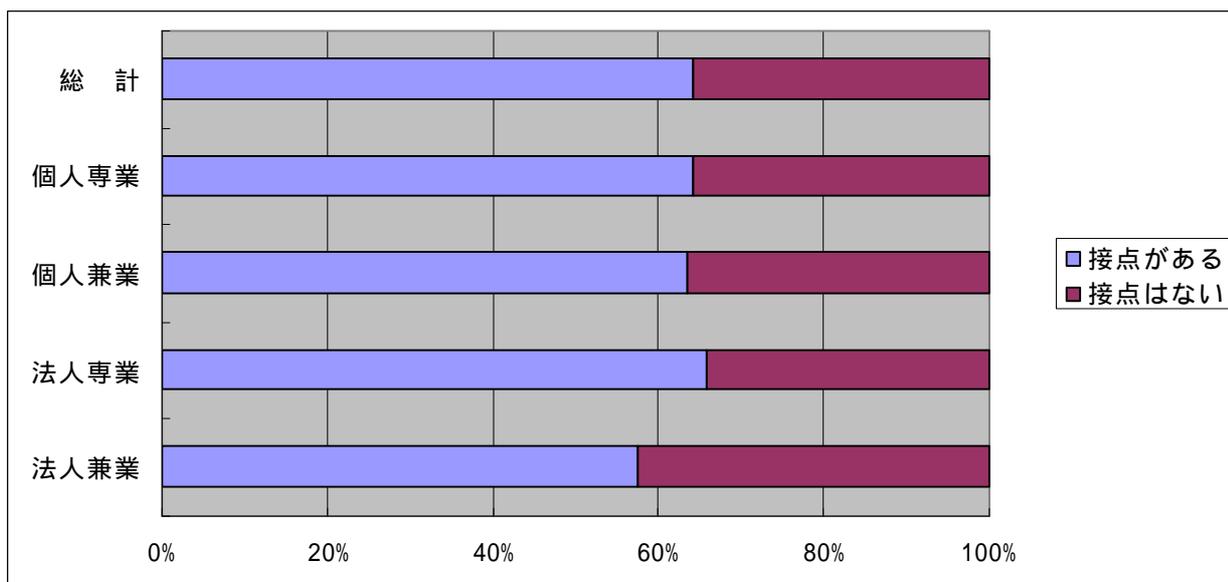
[ 性別 ]



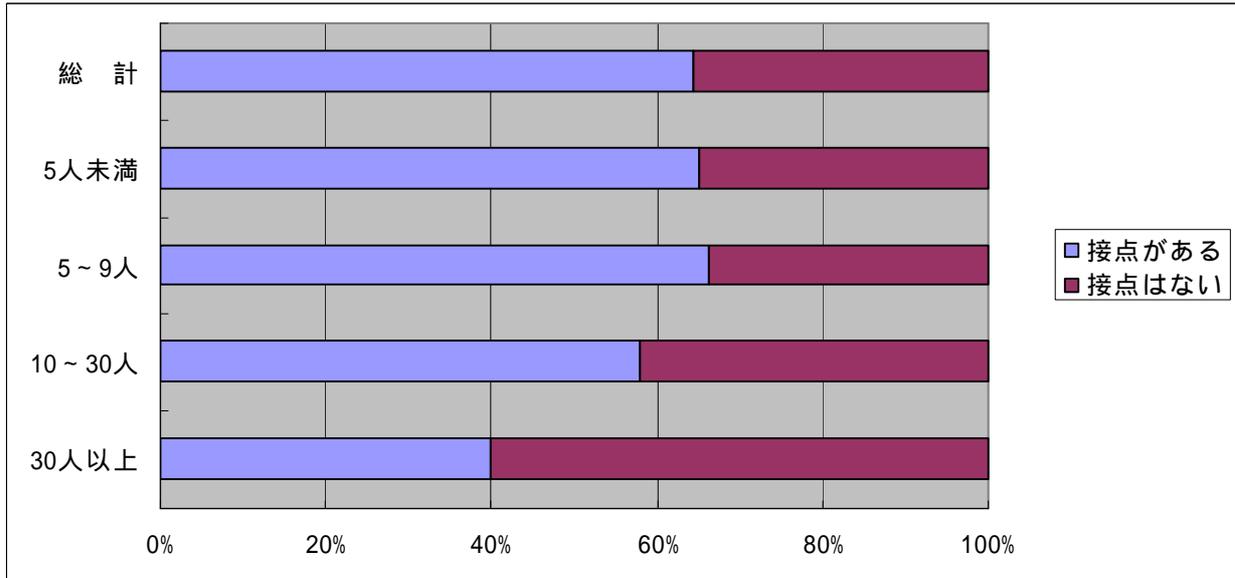
[ 年齢別 ]



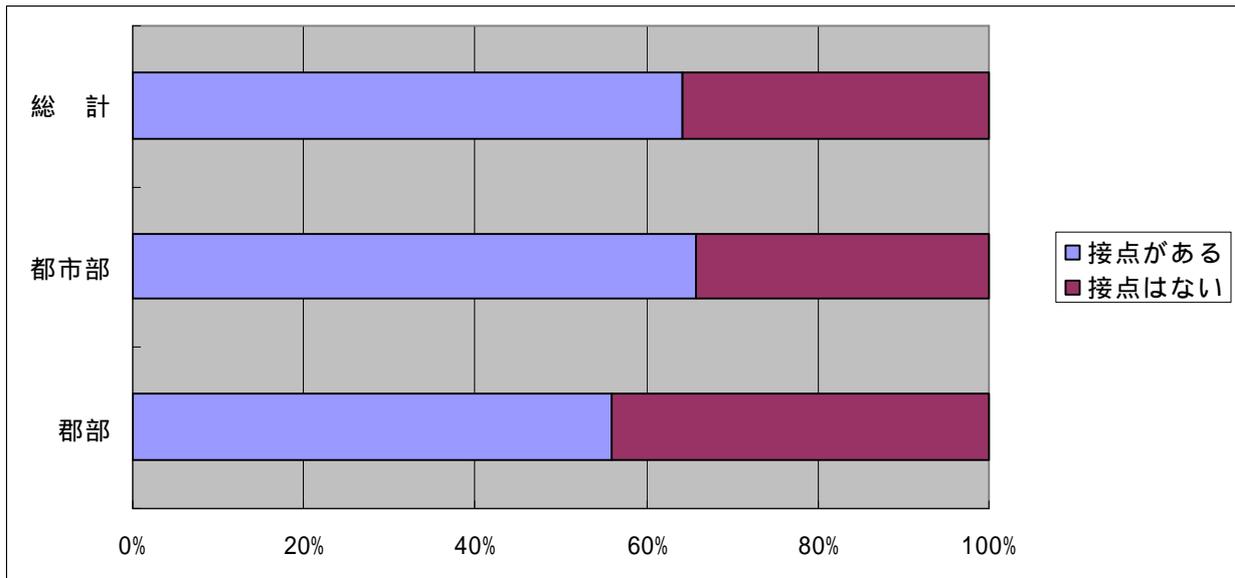
[ 経営形態別 ]



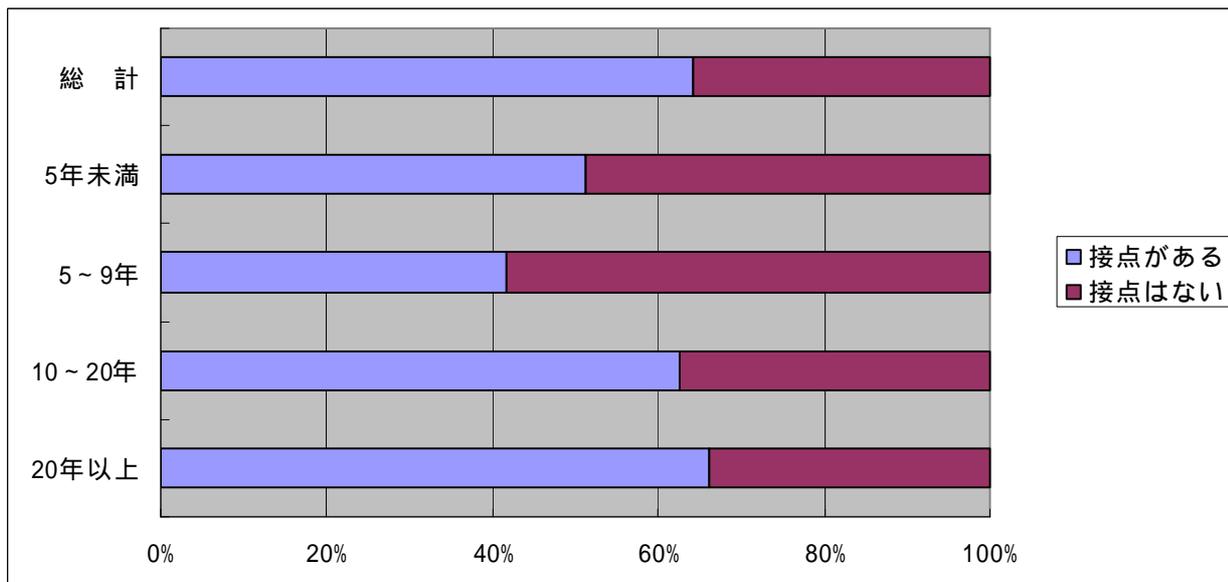
[ 従業者数別 ]



[ 地域別 ]



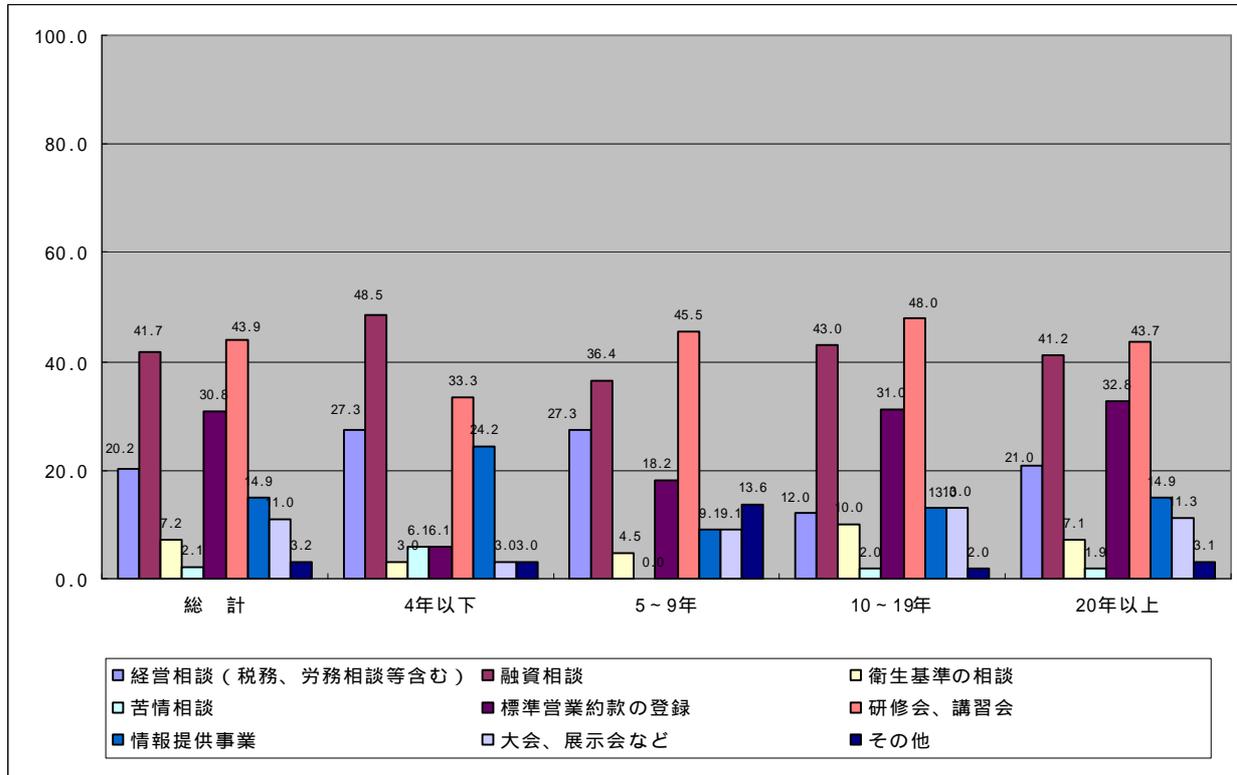
[ 業歴別 ]



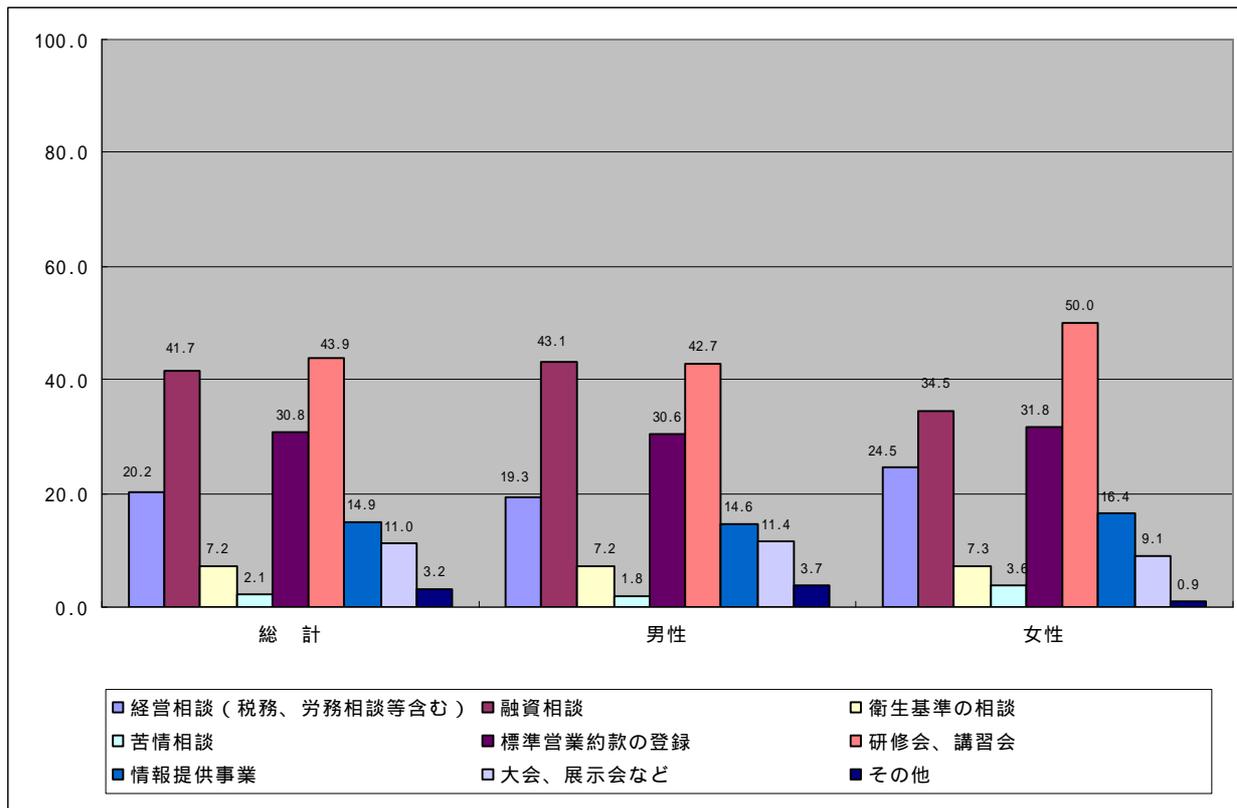
- ✓ 都道府県指導センターとの接点の有無については、全体では「接点がある」64.3%、「接点はない」35.7%であった。
- ✓ 組合加入年数別では、「接点はない」が4年以下（45.0%）、5～9年（57.7%）で全体平均（35.7%）を大きく上回っている。
- ✓ 従業者数別でにおいて30人以上では「接点がない」（60.0%）、業歴別でも「接点がない」は5年未満（48.8%）、5～9年（58.3%）と高かった。

接点の内容（利用・参加したことがある事業等）（複数回答）

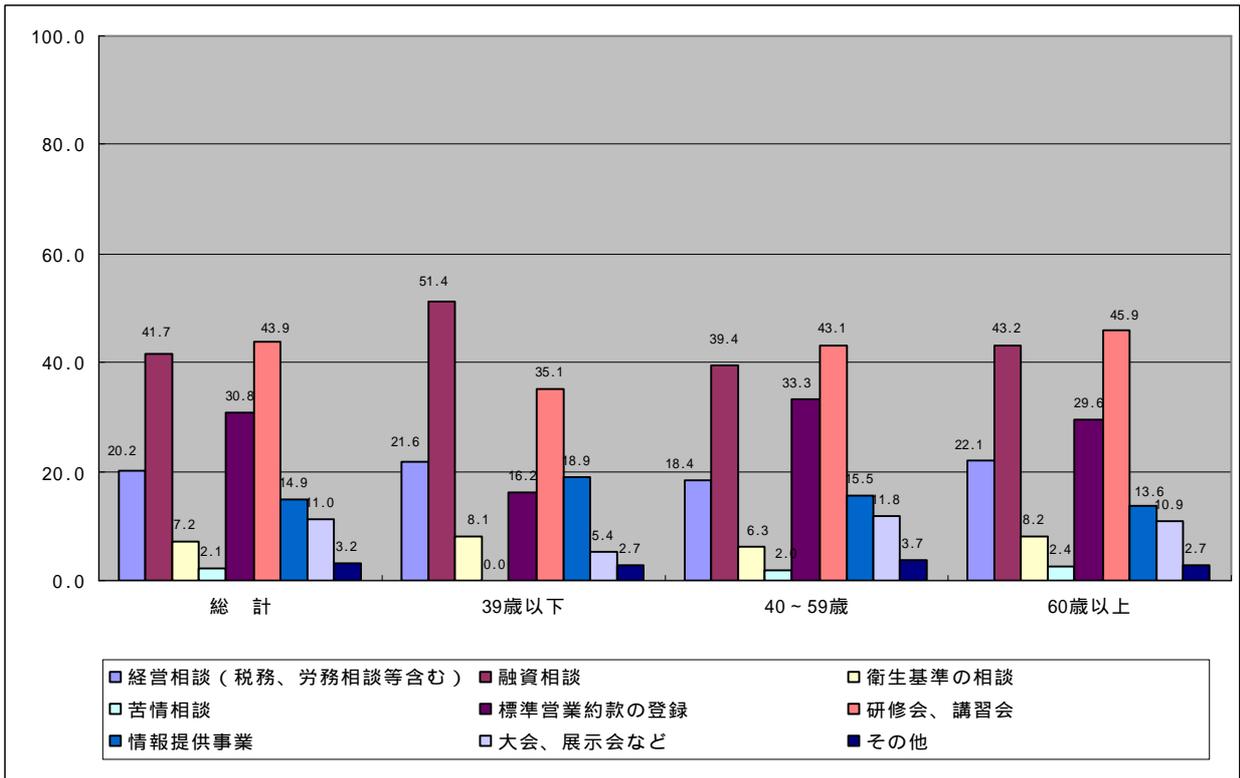
[ 組合加入年数別 ]



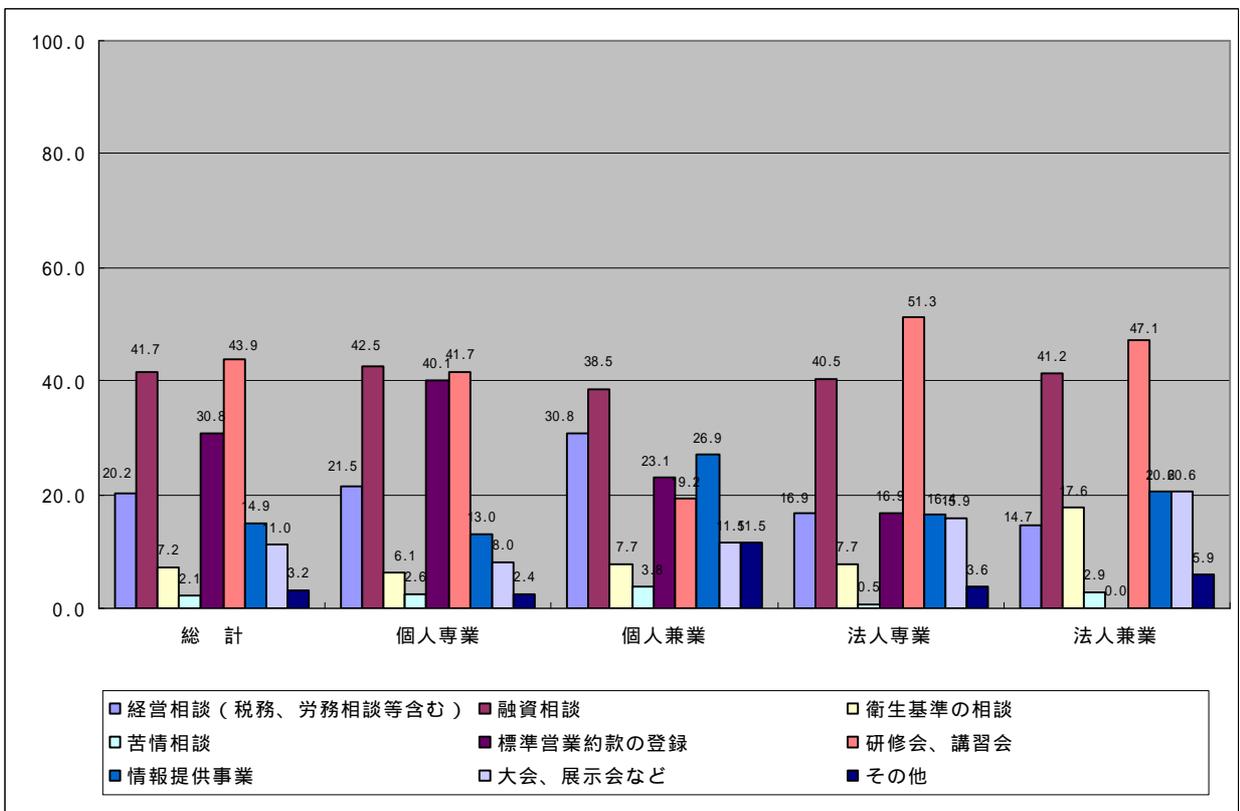
[ 性別 ]



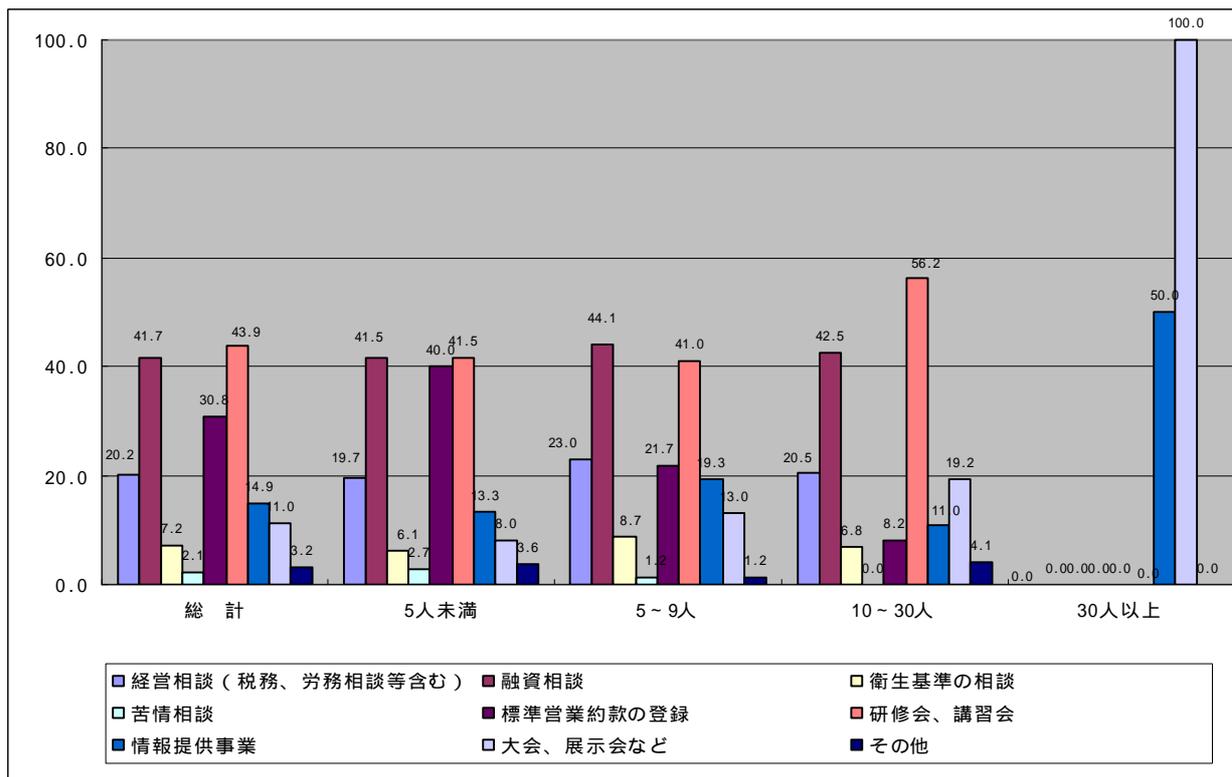
[ 年齢別 ]



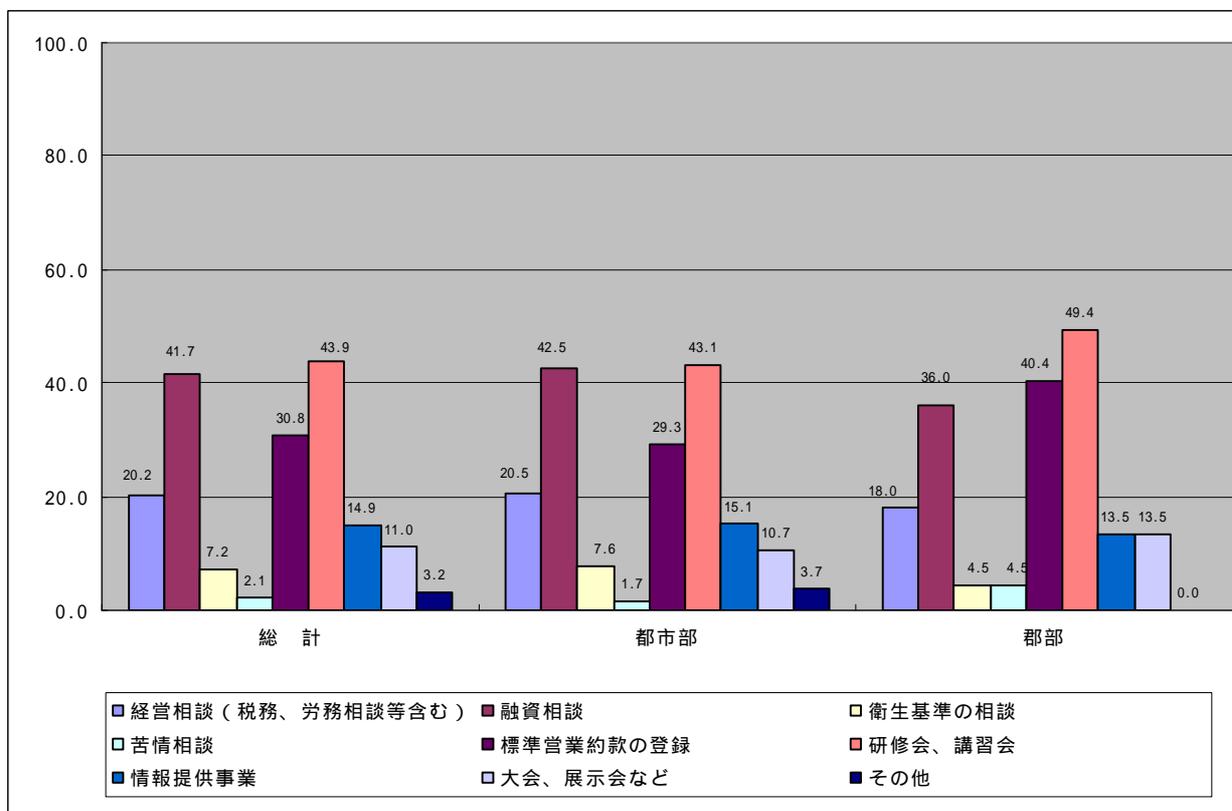
[ 経営形態別 ]



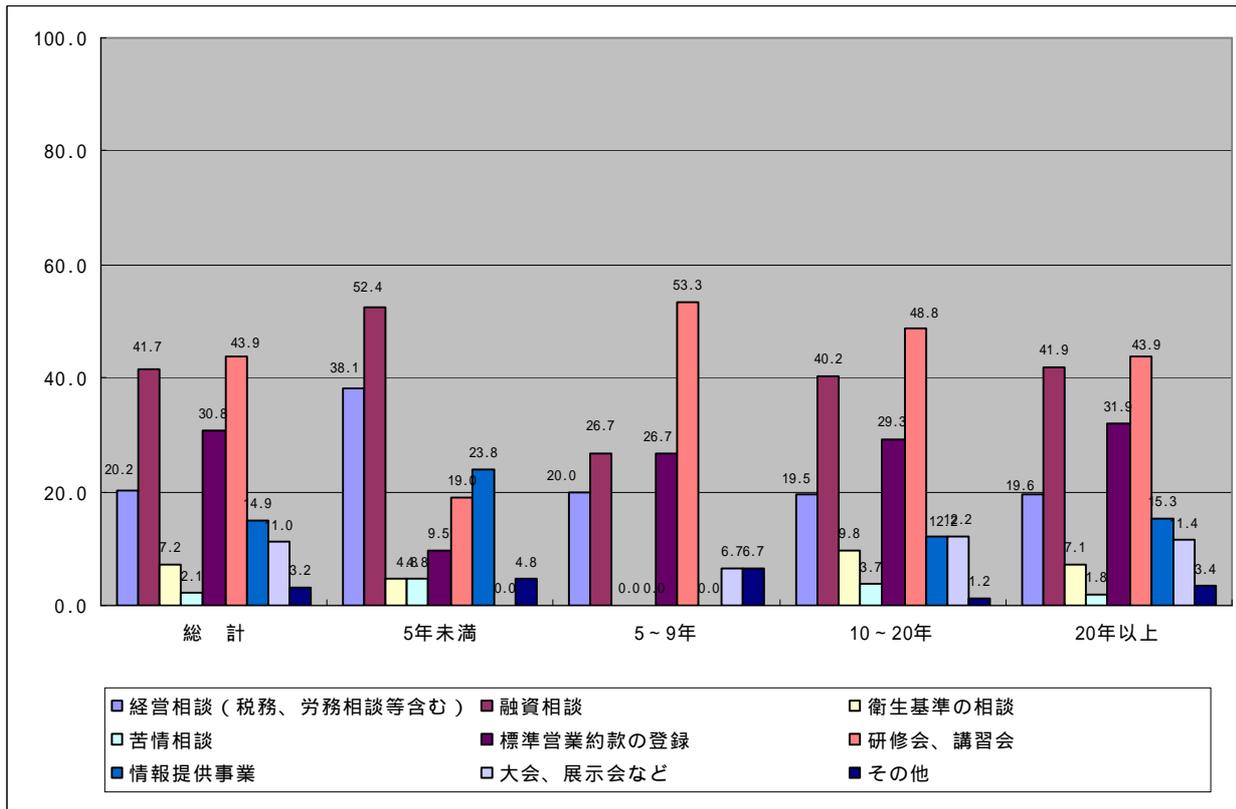
[ 従業者数別 ]



[ 地域別 ]



[ 業歴別 ]



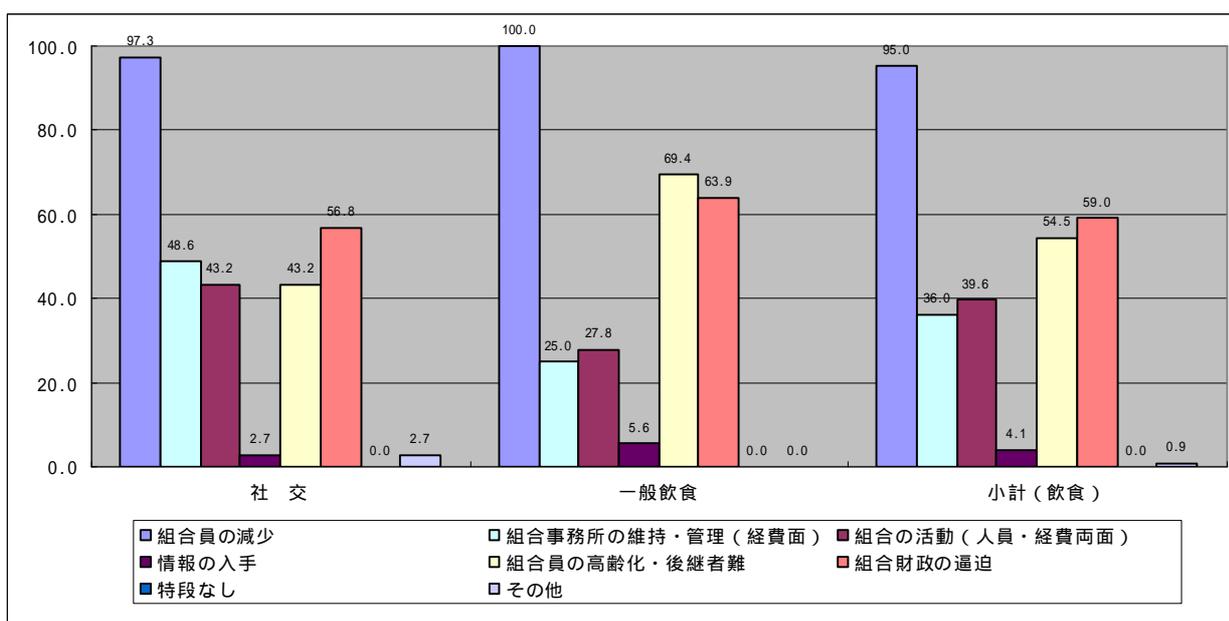
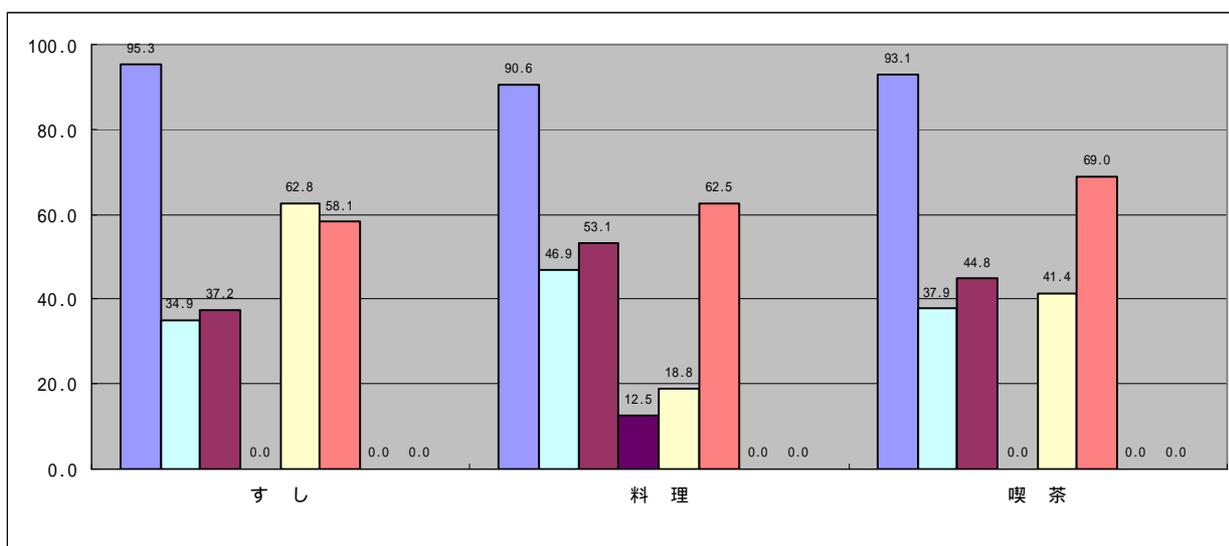
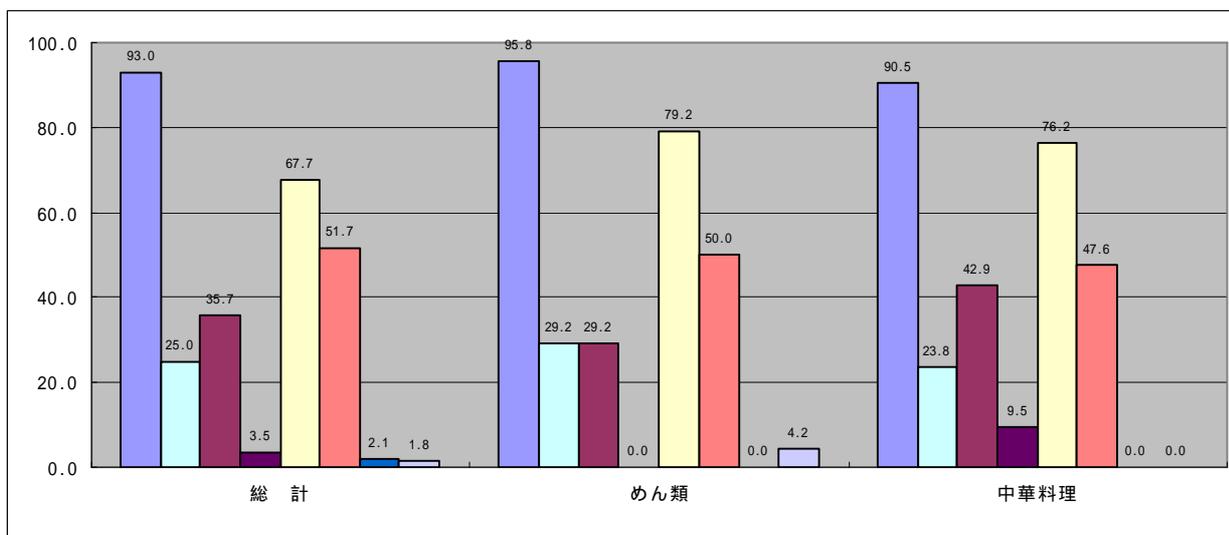
- ✓ 接点の内容については、全体的に「研修会、講習会」43.9%、「融資相談」41.7%の回答比率が高かった。
- ✓ 経営形態別で、「研修会、講習会」の割合は個人専業・兼業よりも法人専業(51.3%)・兼業(47.1%)のほうが高い。

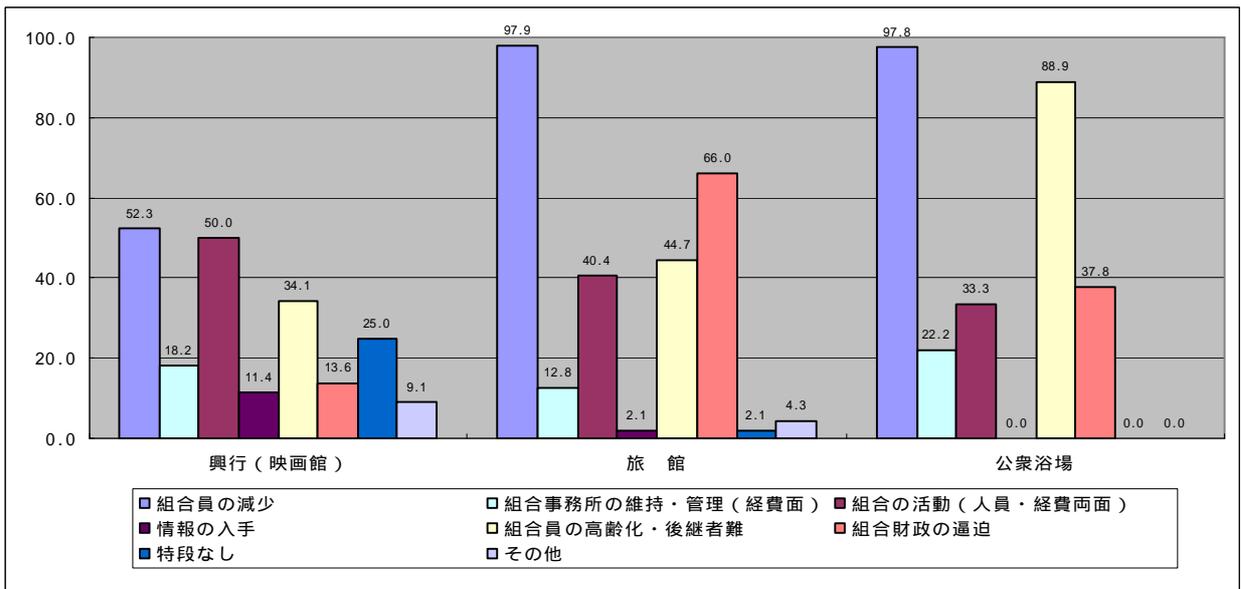
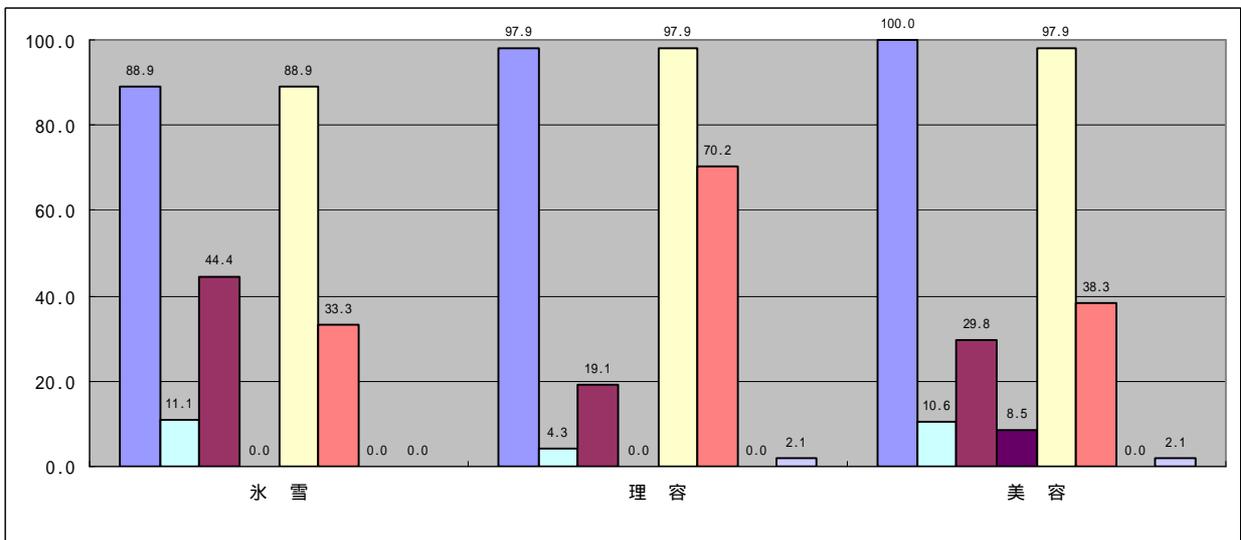
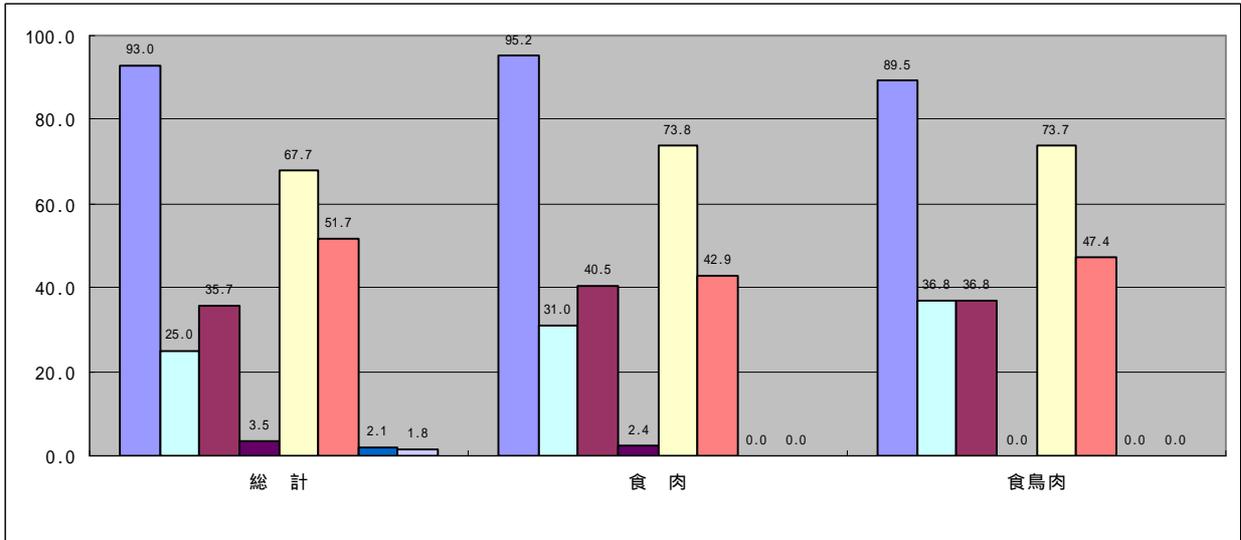
## 2 生衛組合の組合員・都道府県指導センターに対する意識

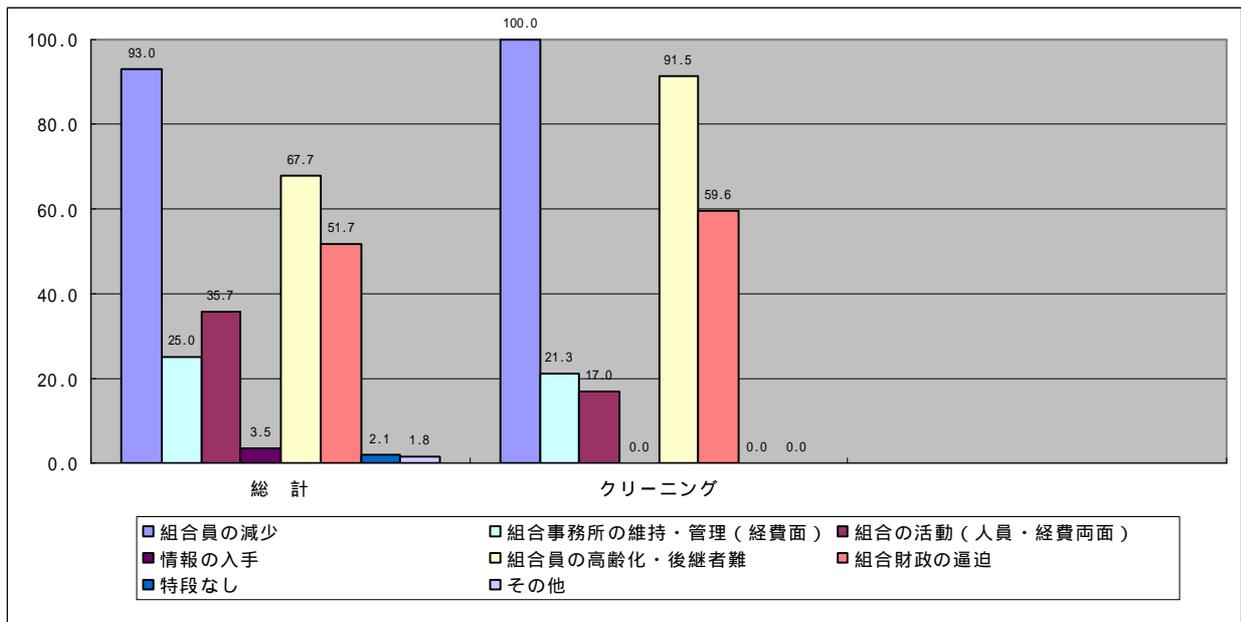
### [ 都道府県別・組合別の調査件数 ]

	総計	麺類	中華料理	すし	料理	喫茶	社交	飲食	食肉	食鳥肉	氷雪	理容	美容	興行	旅館	浴場	クリーニング
TOTAL	569	24	21	43	32	29	37	36	42	19	9	47	47	44	47	45	47
北海道	13	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
青森県	10	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
岩手県	13	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
宮城県	13	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
秋田県	13	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
山形県	12	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
福島県	12	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
茨城県	11	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1
栃木県	14	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
群馬県	12	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
埼玉県	14	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
千葉県	12	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
東京都	16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
神奈川県	16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
新潟県	12	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
富山県	13	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1
石川県	13	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
福井県	15	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
山梨県	8	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
長野県	12	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
岐阜県	15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
静岡県	13	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
愛知県	16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
三重県	13	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
滋賀県	9	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
京都府	15	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
大阪府	16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
兵庫県	15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
奈良県	8	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
和歌山県	8	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
鳥取県	11	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
島根県	9	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1
岡山県	13	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
広島県	13	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
山口県	9	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
徳島県	10	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1
香川県	11	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
愛媛県	13	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
高知県	11	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1
福岡県	14	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
佐賀県	8	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1
長崎県	12	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
熊本県	11	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
大分県	11	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
宮崎県	12	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
鹿児島県	11	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
沖縄県	8	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1

(1) 組合の抱えている課題等 (複数回答) [n=569]



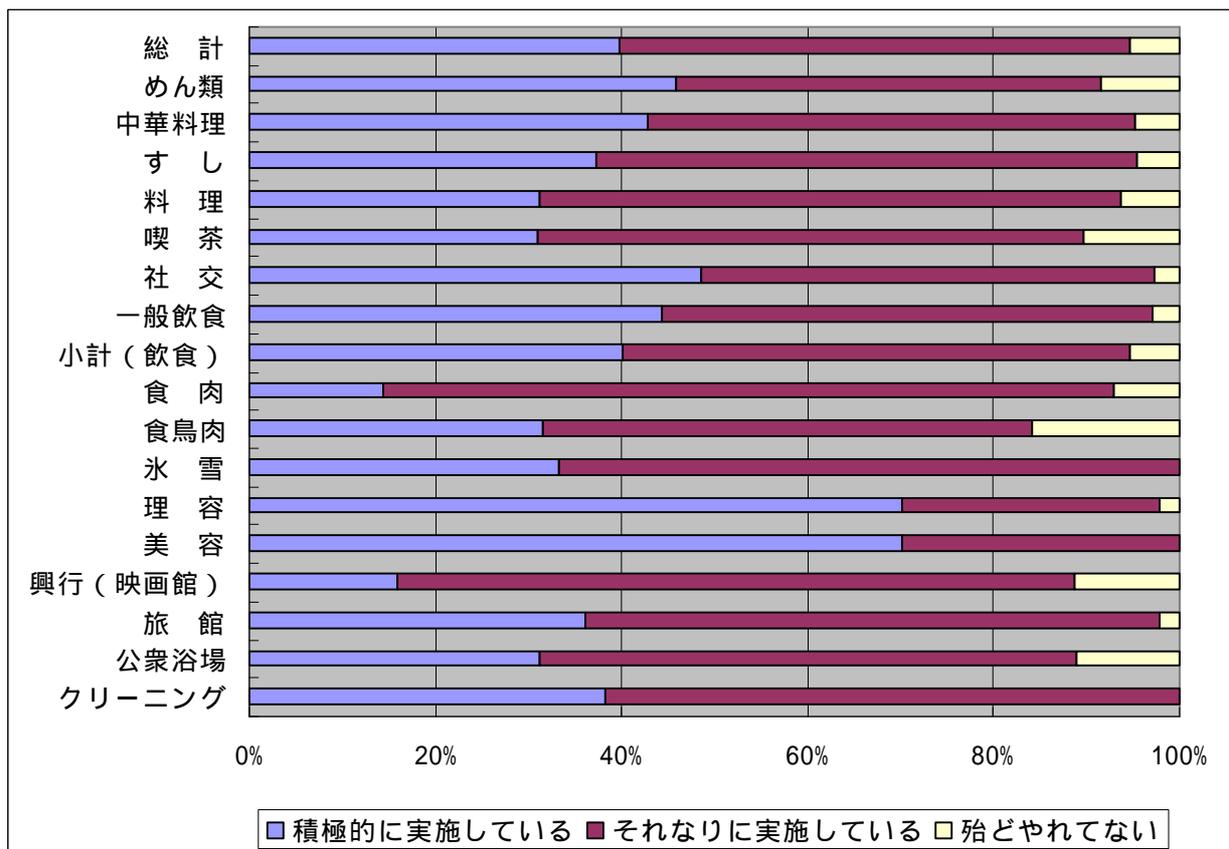




- ✓ 組合の抱えている課題等について、全体では「組合員の減少」が93.0%と圧倒的に高かった。但し、興行は52.3%と、全体平均(93.0%)を大きく下回った。
- ✓ 2番目に多かった「組合員の高齢化・後継者難」(全体平均67.7%)については、が理容97.9%、美容97.9%、クリーニング91.5%、公衆浴場88.9%で、全体平均(67.7%)を大きく上回った。

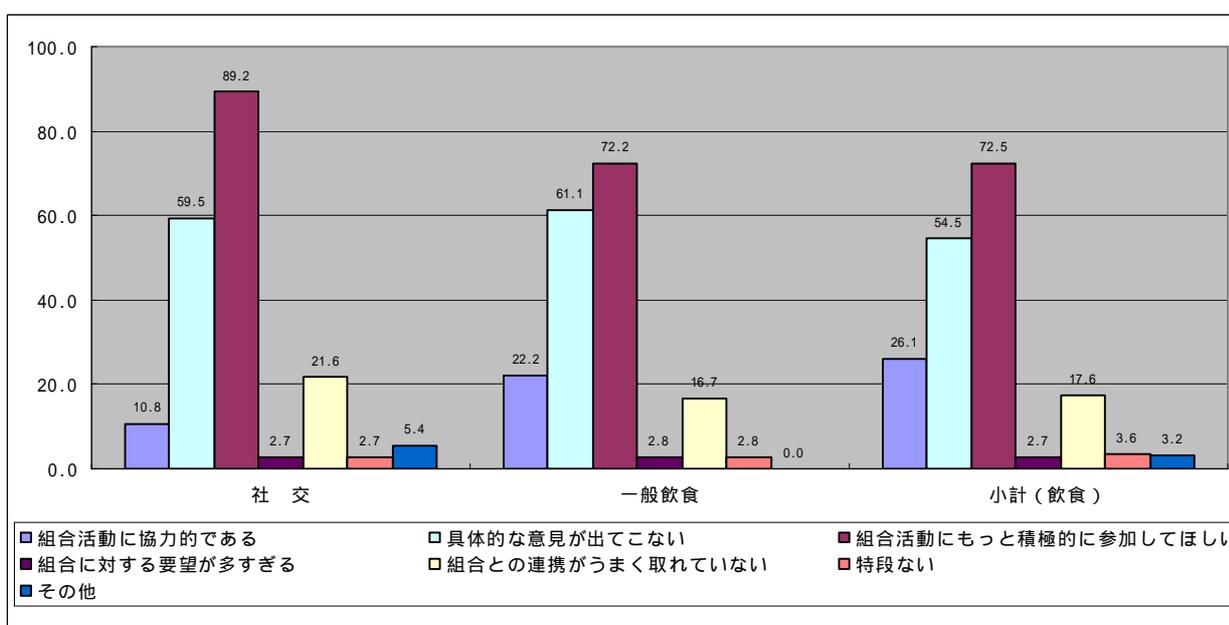
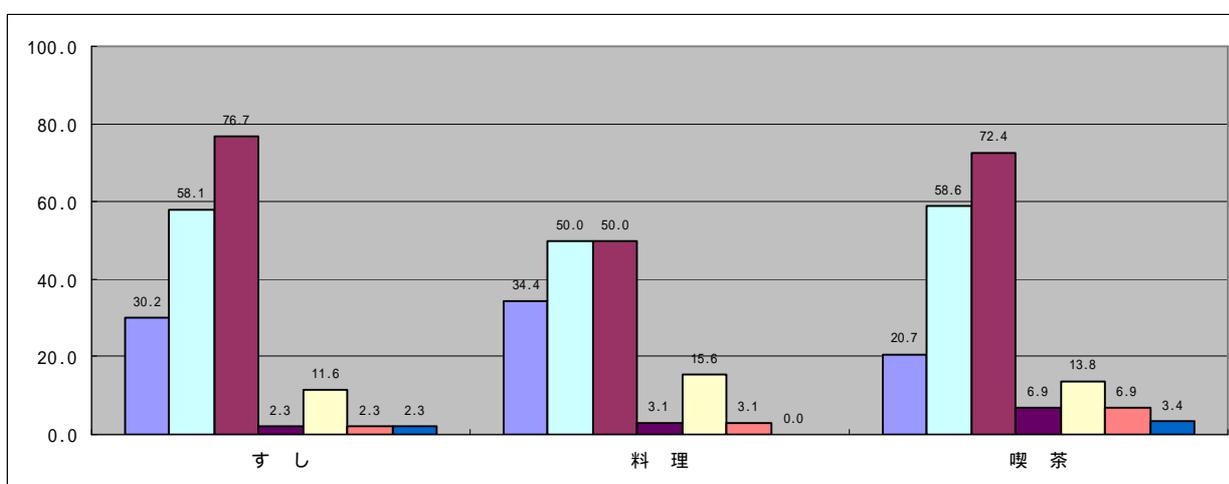
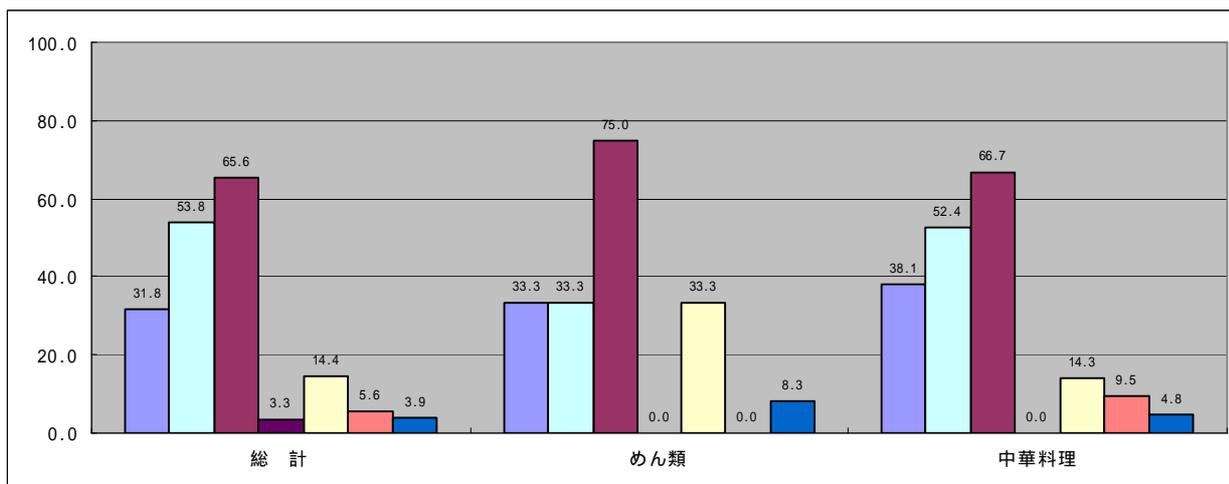
組合	都道府県	組合の抱えている課題等 (その他の意見)
麺類	東京	組合員(個店)の営業不振
社交	埼玉	飲酒運転取締強化の影響による売り上げの減少
興行	愛知	シネマコンプレックスによる業界の集約化と単館事業者との組合関係
興行	三重	大企業のチェーン(シネコン)が過半数を占める現状。シネコン支配人の異動が早く何かと厳しい。
興行	滋賀	競争の激化
興行	和歌山	同業者の廃業
旅館	埼玉	組合会館のような施設を建設したい
旅館	香川	今までの国の政策の柱である中小企業の育成という指針がなくなり自由競争の原理に基づく大手資本の進出により従来の中小零細企業への圧迫により組合員の廃業が加速度的に増加している。

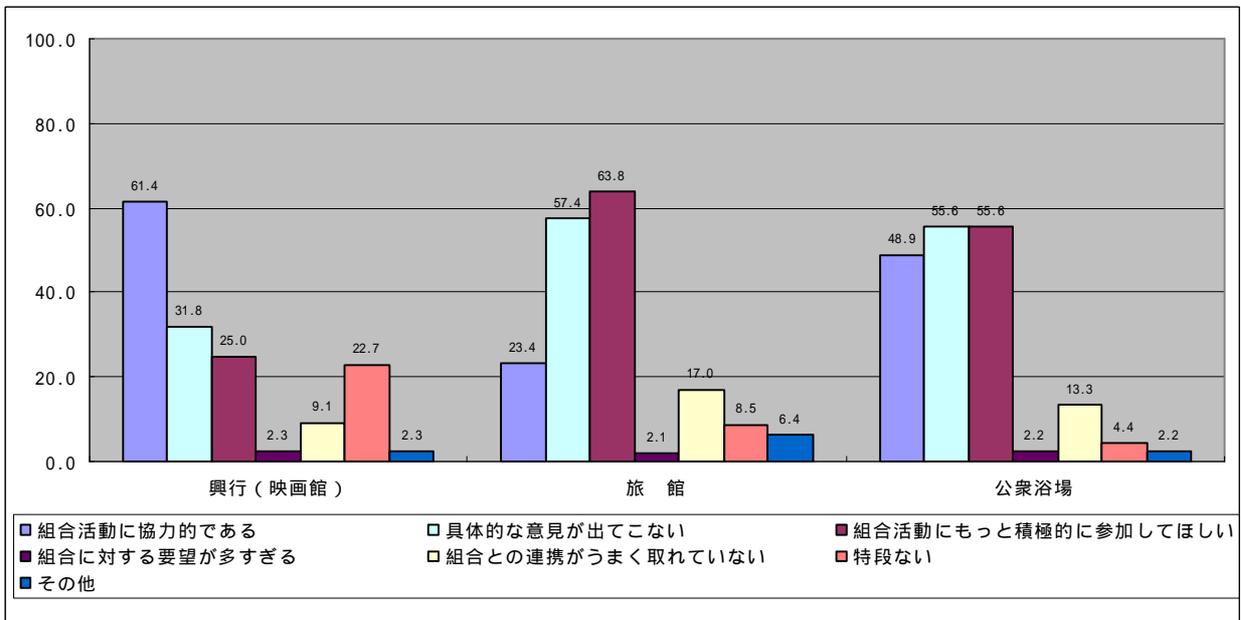
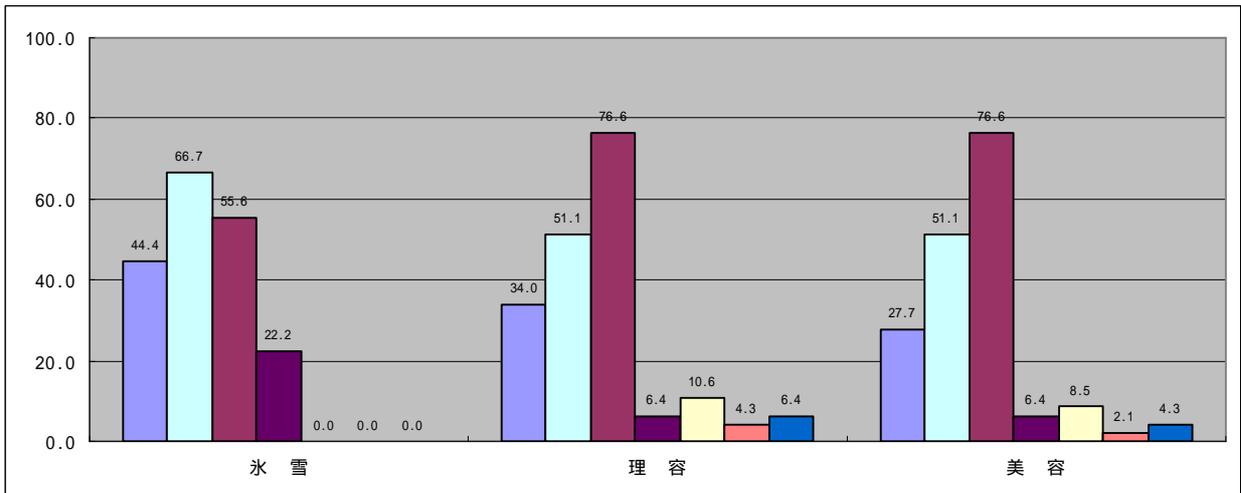
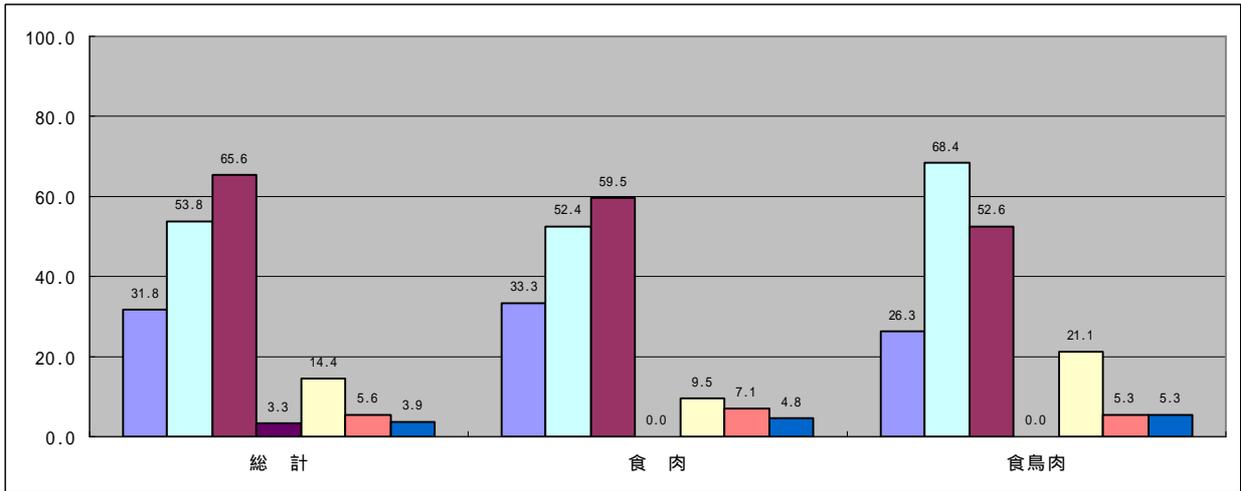
( 2 ) 組合活動等の現状 ( 組合の自己評価 ) [ n=569 ]

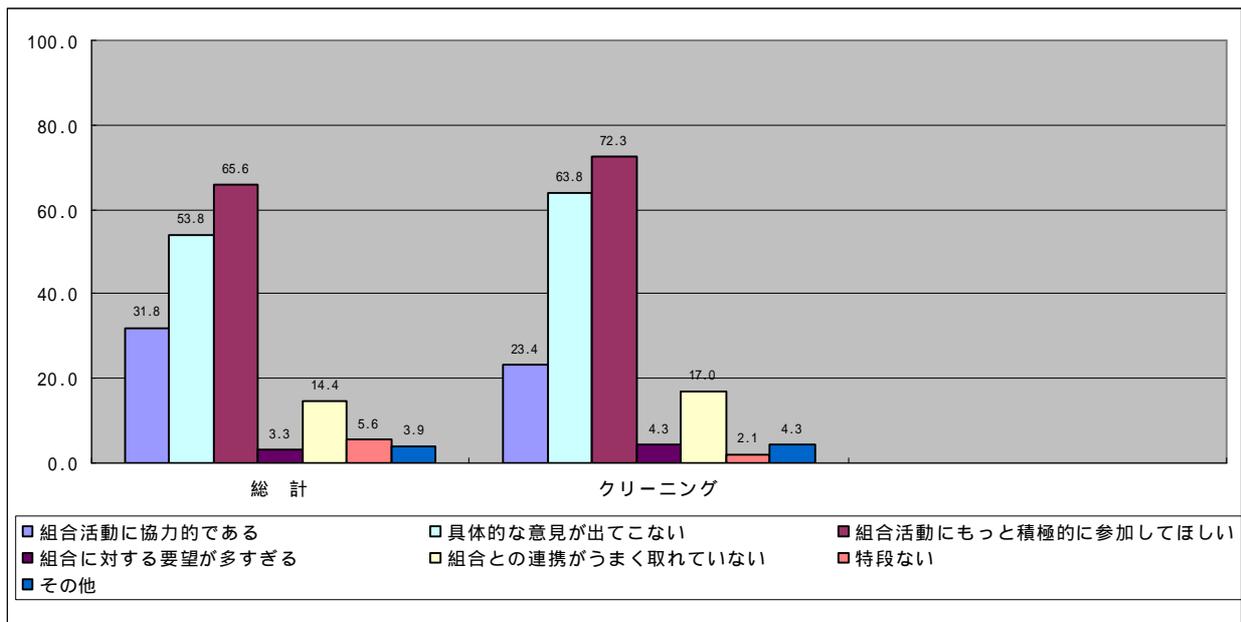


- ✓ 組合活動の現状について、全体では「積極的に実施している」は39.7%であった。
- ✓ 飲食業は、「積極的に実施している」が40.1%と、全体平均を上回った。それ以外の業種は、「積極的に実施している」比率が低かった。特に、食肉14.3%、興行15.9%が目立つ。
- ✓ 理容と美容は「積極的に実施している」比率が70.2%と、他業種より圧倒的に高かった。

(3) 組合員に対して思うこと (複数回答) [n=569]



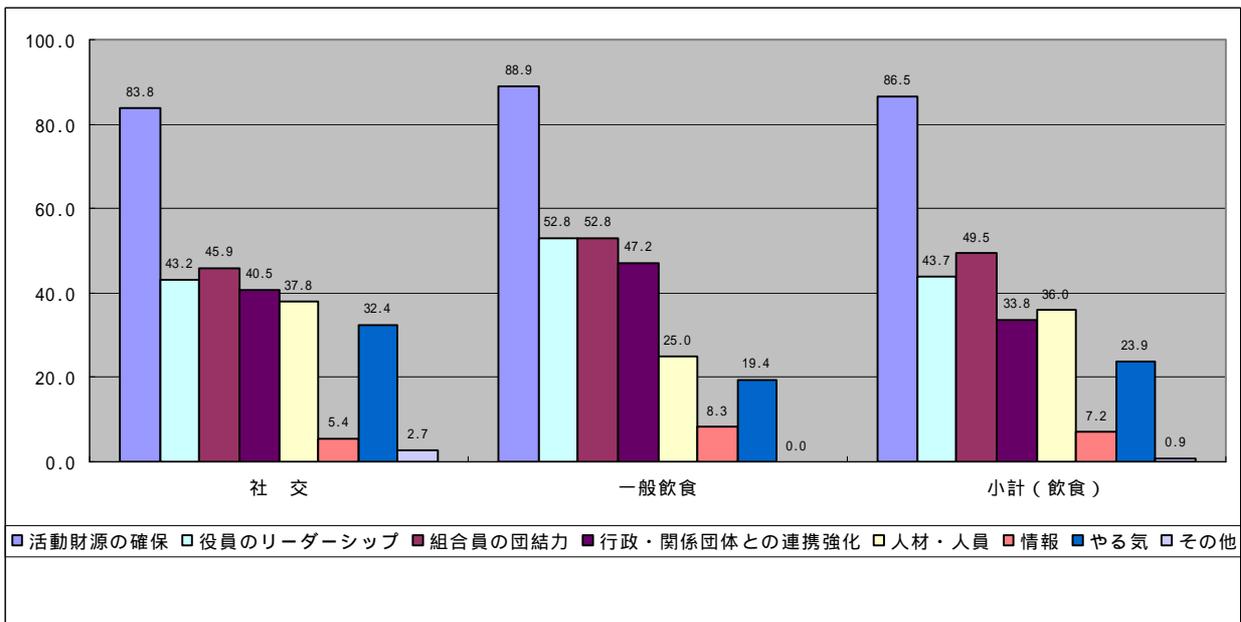
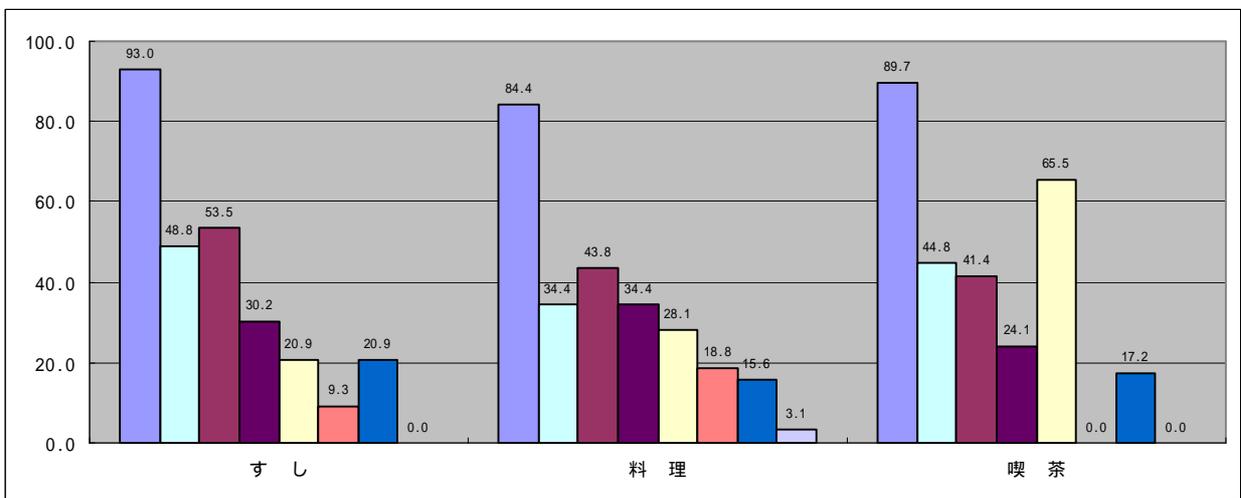
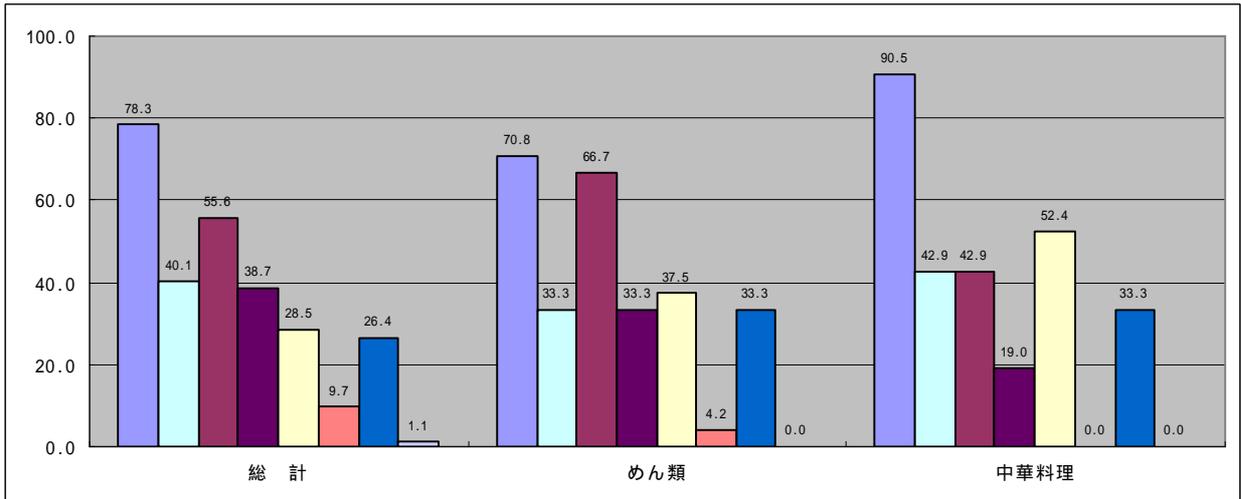


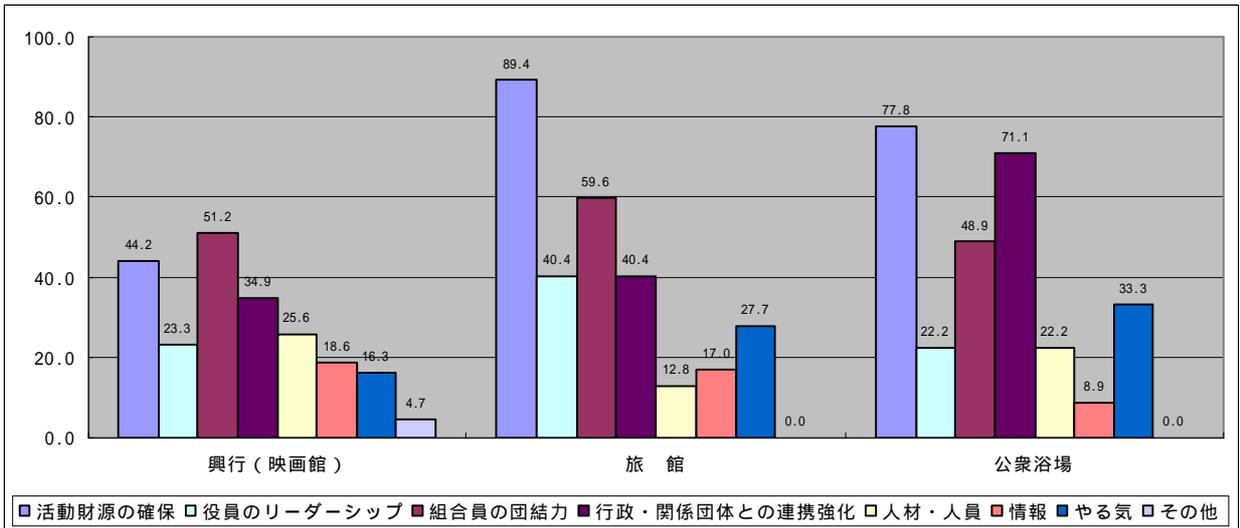
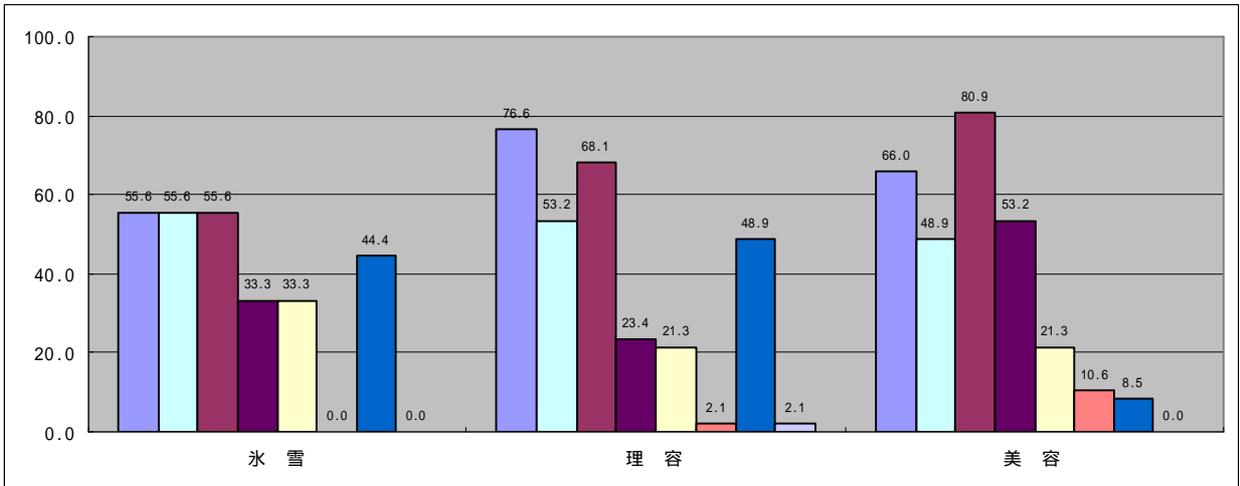
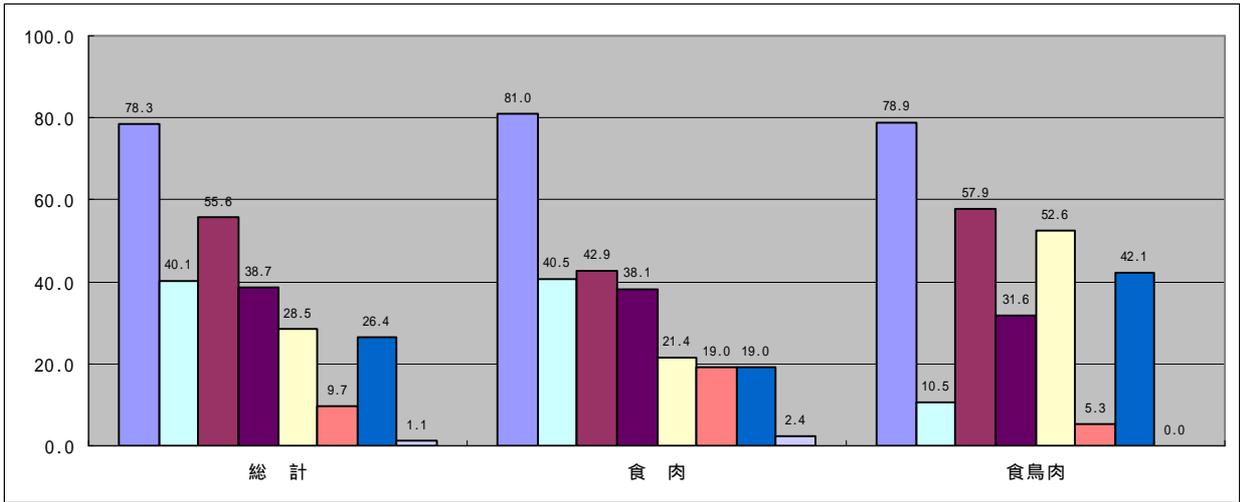


- ✓ 組合員に対して思うことについて、全体では「組合活動に積極的に参加してほしい」が65.6%、「具体的な意見が出でこない」が53.8%で高かった。
- ✓ 興行では、「組合活動に積極的に参加してほしい」61.4%、「組合活動にもっと積極的に参加して欲しい」25.0%と、全体平均とは逆の結果となった。

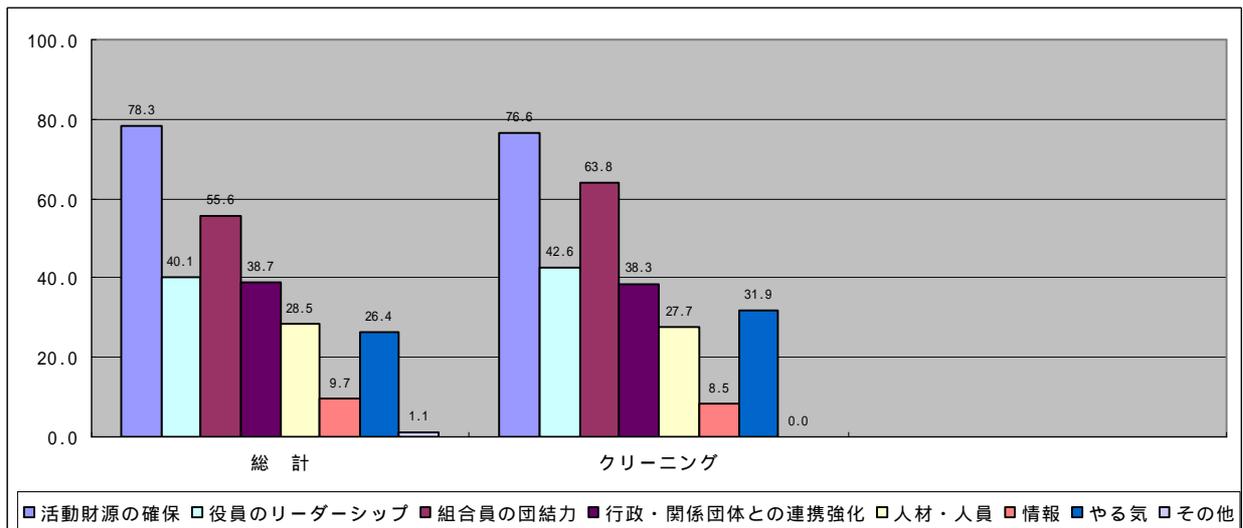
組合	都道府県	組合員に対して思うこと(その他の意見)
麺類	東京	自店の営業努力
すし	新潟	執行部、役員は積極的に協力するが全体的にはもう少し組合事業に参加して欲しい
喫茶	埼玉	組合活動について、役員は、積極的であるが、組合員の参加が消極的である
食肉	長野	積極的に協力してくれる組合員がいる一方、非協力的な組合員もあり、両極化している。
食鳥肉	和歌山	身勝手
理容	徳島	総論賛成。各論反対(犠牲になるのは嫌だが多い)
美容	千葉	情報の伝達が遅い
興行	鳥取	直営館が多く、支配人の移動もあり、役職に付けない
旅館	岡山	総論賛成、各論反対の現実がある、打開の方向は？
旅館	香川	自分たちの組合であるということを忘れていて、与えられるものばかりを望んでいる

(4) 組合に必要と思う(感じる)もの(複数回答) [n=568]





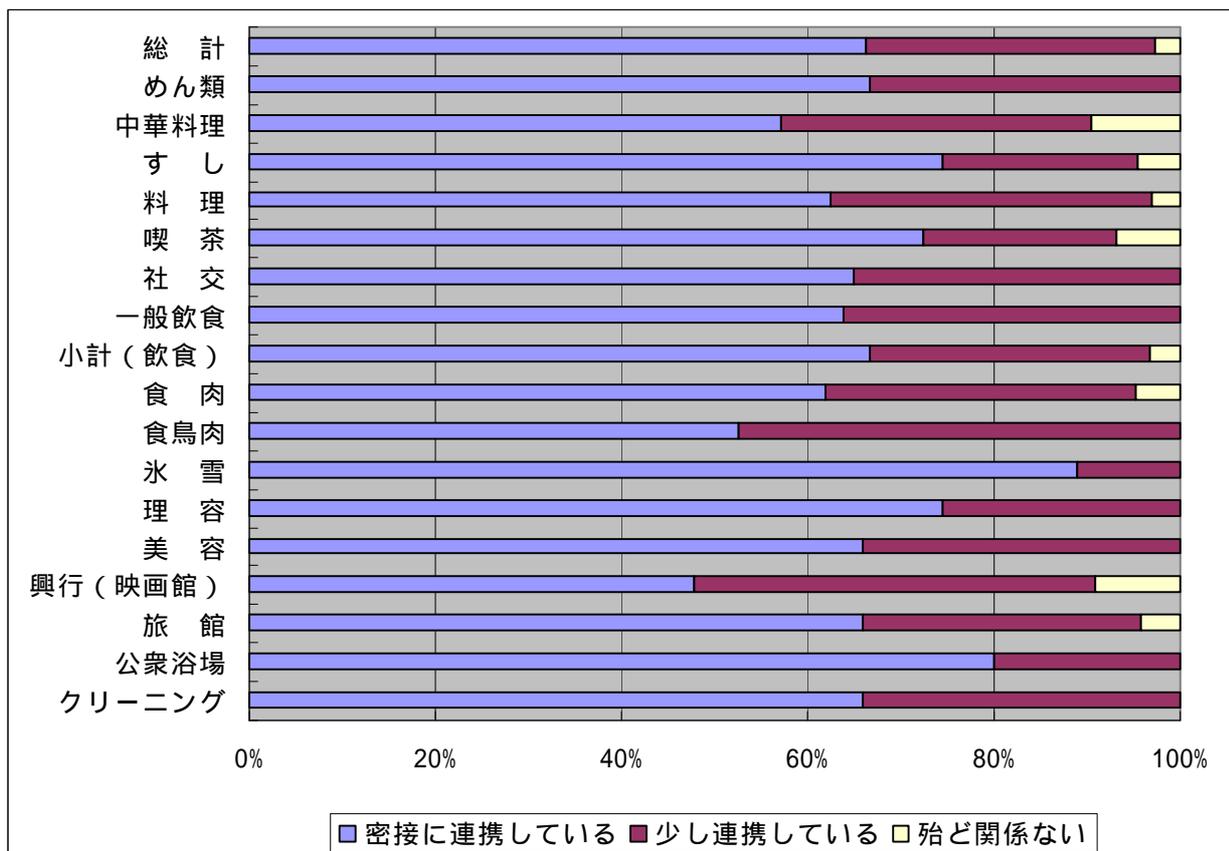
■ 活動財源の確保 □ 役員のリーダーシップ ■ 組合員の団結力 ■ 行政・関係団体との連携強化 □ 人材・人員 □ 情報 ■ やる気 □ その他



- ✓ 組合に必要と思う（感じる）ものについて、全体では「活動財源の確保」が78.3%と高かった。
- ✓ 飲食業は、やはり「活動財源の確保」が86.5%と高く、全体平均（78.3%）を上回っている。
- ✓ それ以外の業種は、同じく「活動財源の確保」の比率が全般的に高かった。ただし、興行44.2%、冰雪55.6%が全体平均（78.3%）を大きく下回った。また、「組合員の団結力」で美容が80.9%と全体平均（55.6%）より高かった。

組合	都道府県	組合に必要と思うもの（その他の意見）
中華	愛知	関係省庁(国・自治体)が生衛法を真に理解していない。何の施策もない。
興行	三重	興行は特殊な業界であり現状で良い
興行	和歌山	主に1社で実施されているため活動が制限される
料理	徳島	官民交流
理容	徳島	全般を見る目、世の中の流れを読むマクロの目
食肉	東京	特になし

( 5 ) 組合事業等に関する指導センターとの関係 [ n=569 ]



- ✓ 組合とセンターとの関係について、全体では「密接に連携している」と「少し連携している」の合計比率が97.4%と非常に高かった。
- ✓ 「密接に連携している」で、氷雪88.9%、公衆浴場80.0%が高かった。一方、興行は47.7%と、全体平均(66.3%)を大きく下回った。

( 6 ) 今後、組合はどうあるべきか

組 合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
麺類	北海道	同じ飲食業種の組合の合併 統合を図り組織の効率化を目指すべきである。
麺類	宮 城	親睦団体化しているのが現状、事業団体化したいが財政的問題があり当面はむり、次年度は大幅な改革を模索中。
麺類	秋 田	個々の役員がリ- ダ- シップをとり 組織として情報を共有し、強い結団力を持ち各組合員の経営に価値のある活動をするべき
麺類	福 島	単なる懇親団体ではなく互助に努力し常に情報の発信元となるように。若者の育成にもっと意見に耳を傾けるように。
麺類	茨 城	役員の指導力育成から着手しなければならないのが現状であるため、それらに力を注ぎたい。組織の基盤をつくりながら、その上で少しずつでも県本部と支部間の意志伝達の改善を計りたい。
麺類	群 馬	組合員のための魅力的組合であるために、経営や技術面の情報交換」や「消費者へのPRのあり方の工夫」等
麺類	千 葉	組合員の減少については生衛業界全体として大変難しい問題と受けとめている。組合としては下記により対策を考えている。組合員に対し教育が十分でない、公衆衛生の確保及び営業対策などについて確立していく。組合員の自己管理 (対行政：認可 組合員 営業)を指導していく。組合員に事業内容の確認をさせると共に消費者にもそば祭りを通して組合を良く知ってもらい 保険制度のPRを行っていく(営業約款制度)
麺類	東 京	組合員のための組合。高齢化 後継者難または売上減少に伴う廃業が多いため、各々自店の立地や顧客に合った営業ができるよう(消費者ニーズは刻々と変化している)組合員に如何に知恵を出すことを伝えるか。
麺類	神奈川	組合は、組合員のための組合であるべき。そばの啓蒙を積極的に実施するべきだ。
麺類	新 潟	業態の変化(フランチャイズ及び業種専門細分化)に伴い顧客がちりばり 又顧客の生活サイクルが変化し、入来の営業のやり方に工夫が必要となっている。商売に活用できる勉強が必要。
麺類	富 山	組合組織の改革、組合としてのメリット事業の改革
麺類	石 川	組合活動するにも人材が少ないこと
麺類	福 井	魅力のある組合づくり
麺類	静 岡	組合青年会の組織がやや活動的であるので、それに対する支援・育成に力を入れ、将来に展望をつなぎたい。
麺類	三 重	組合員減少のなかどのように生き残れるか。組合活動もだんだん少なく、横の連絡もつまみかない。
麺類	京 都	組合は時にふれ、組合が困って成り立っている「生活衛生関係営業の運営の適正化に関する法律」に立ちかえることが大切であると考えている。
麺類	大 阪	永久不変のテーマであるが、組合員に信頼される組合であること。組合員が期待する事業を積極的に推進し、業界全体の安定を図ることが目標である。
麺類	兵 庫	運営の健全化を図るため、組合加入者の増加、財政再建に取り組む。そのために、組合の魅力(加入するメリット)を高める課題対策を考ずる。
中華	北海道	各組合員のPR活動より先連合会として全体のPR活動を充実させる必要がある
中華	岩 手	役員を意識改革により積極的活動
中華	宮 城	組合の統合、組合の加入促進
中華	秋 田	研修会に力を入れる
中華	福 島	アウトサイダーと組合員との格差を構築し、組合でなければといったメリットを求める
中華	埼 玉	組合員の福利厚生制度の導入について検討する必要がある。

組 合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
中華	茨 城	組合員のための事業の拡充が必要と思われる。特に、資材購入（一部の支部で既に実施）及び情報提供など。
中華	千 葉	組合員の減少を解消することが大きな課題である。
中華	東 京	組合の課題は、組織強化であるが、組合員の減少への歯止め、新規加入の増加及び財源の確保が重要な問題であると思う。減少歯止めになる組合へのメリットを与えることもその一つと思うが、なかなか具体的な提案が出てこない。研修会 講習会を計画するが、財政上の問題がある。組合員の増加、組合の円滑な運営を行うための財源確保を真剣に取り組む必要がある。
中華	神奈川	組合全体が一致団結して何事にも対処しなくてはならない。組合員が安く材料を購入できるように指定商社から一括購入し、各支部に配達してもらうことなども考えるべき。
中華	富 山	具体策がない
中華	福 井	組合の生き残りのためには、活力あふれるお店の経営が必要。そのためには、まず行動、一歩踏み出して経営改善の実行
中華	愛 知	事業主と組合は、国民と国との関係と同様で、自分の事業が未永く安定して存続する為には、組合を結成して必要な働きかけをしていかなければならない事を各自が自覚し、必要な諸問題に組合は取り組んでいくべきである。
中華	京 都	大企業の進出に伴う小規模店の閉店が目立っている。入会すればメリットに何かあるかよく聞かれるが業界全体の向上の説明では少し物足りない。
中華	大 阪	組合員のための組合が根本理念であり 組合員全員の方について何ができるのか、今何をしているのか、長期、短期常に意識すべきと思う
中華	兵 庫	組合員の手足になる様に動ける様な組合になる。
中華	愛 媛	情報提供機能・窓口相談機能の充実強化に努めるべきである。
中華	高 知	団結とやる気で組合員のための組合を目指すこと
すし	北海道	組合員減少に歯止めが効かない現状に大変苦慮している。また、高齢化、後継者難に加え、若い組合員が入会しない状況もあり 真剣に対策を考えている。助成金（交付金）の廃止は組合運営には大きな打撃です。
すし	青 森	組合活動の活性化が必要で、そのためには役員だけではなく、地域の支部長クラスの活動の活性化が重要と考える。
すし	茨 城	組合員の増員と いかに減少に歯止めをかけるか。組合員で良かったという満足感をどうしたら与えられるか。
すし	栃 木	現在のように組合に入らなくても食協に入っていれば良いという選択肢があったり 組合の中身に絶対的なメリットがない限り 組合員は増えないので、法律を変えるしかないのでは？
すし	埼 玉	組合員の各店の売上が極端に減少し、閉店する店が続出している状況にあり 全国館連等の指導により創意工夫し、経営健全化の努力を働きかけていく。
すし	千 葉	時代錯誤の生衛法（適正化規定等の存続）によって立つ組合のあり方には悩むばかりである。
すし	東 京	大変難しい問題であり 指導センターは指導官庁より 組合は指導センターの指導もあるが、本来組合独自の事業等もたえず企画し、実行、組合員を強く指導活性化を図らなければならないので、どちらかと言うと何でもかんでも連絡せず、取捨選択して欲しい。
すし	神奈川	IT事業推進が必要だが、現状では無理。少しでも近づけるよう理事会を活性化させ、全組合員にすべてが行きわたるようにすることが大事。また、すべての店がヒマではないことを知らせる必要がある。
すし	新 潟	景気回復が飲食業界まで回ってない状況で組合員の減少による予算不足の中で組合費の値上げもままならないという狭間にある。そのため、助成均等で組合活性化を図っていかなければ組合の存在意識すら問われてくると思われる。
すし	富 山	親睦団体組合として融和を図る

組合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
すし	福井	消費者の寿司離れを防ぐための、寿司業界を盛り上げる新たな工夫が必要
すし	山梨	経営難、後継者難等で脱退者が毎年増加傾向で、組合員減少・財政難で今後組合存続が危惧されるところである。今後未加入者(4分の3)の加入対策が、すし商に限定せず、全飲食業を対象として加入をはかれば組合も発展が見込まれる。
すし	長野	・すし専門店の位置づけ 非組合員との差別化 ・ITの充実 組合員の結束
すし	岐阜	情報交換の場であり 双方の向上の場であるようにするべきでは。
すし	滋賀	組合員減少傾向にある中で、連絡調整だけではなく事業もする必要あり
すし	京都	組合員の高齢化、経営難等により組合員が減少している組合加入によるわかりやすいメリットが求められている。
すし	大阪	組合員を減少しないよう維持するため、組合員にメリットとなるサービスに努めるべき
すし	兵庫	原点回帰
すし	鳥取	食品衛生協会の様に「営業許可書」を受ける時に組合加入を指導してほしい。
すし	島根	組合員の拡大を図る。
すし	徳島	積極的に正しい情報の提供。新業態の参入よ環境に適した、一人一人の意識革命が必要。
すし	香川	組合員は、結束して事業に取り組む。数多い中、解散してもよいとの意見を持たれる方がおられるのは残念である。
すし	愛媛	行政事務の一部(例えば営業許可事務等)を組合委託とする等組合の役割の拡大
すし	長崎	規制緩和により、夫婦で経営する零細事業を中心とする景況は年を増すごとに厳しさを増している。廃業、脱退と組合員が減り組合存続も困難を極め、事業活動も思うようにできない状況が続いている。これから需要が見込まれる福祉分野において店舗との架け橋になることができないか模索中。
すし	熊本	新しい発想と創意工夫により業界全体の振興発展を図ることが組織拡大につながると思う
すし	大分	消費者に日本の伝統食「すし」を振興する団体であるように努め、同時に情報の伝達機関でありたい。
すし	宮崎	現状では組合員の入会は非常に困難である。さらにドロップ、退会者もあるなか、さらなる組合の団結が一番必要ではないかと思われる。
すし	鹿児島	組合員全員が、積極的に組合の活動に参加すべきだと思う
すし	沖縄	業種区分の明確化を要望したい
料理	北海道	組合員の経営改善につながる研究会、講習会を積極的に開催し、組合員の意識向上を図って組合運営を推進したい。
料理	青森	近年、割烹、料亭を利用する人は減少している。組合員の構成も時代とともに一般飲食が大勢を占めてきているので、一般飲食を主体とした組合運営に持っていきたい。
料理	宮城	拡大は難しい。小粒でもびりびり辛い組合でありたい
料理	山形	もっと組合であるべき
料理	茨城	多くの組合員が参加し、活動する組合にしたい。現実が高齢化、小規模等による無関心の組合員が多く、今後の課題である。
料理	千葉	団結力をつけなければならないが、食の多様化のため非常に難しい。料理業だけの組合組織もまた難しい時に来ているので、今後の検討が必要である。
料理	東京	飲食系組合はもっと協同活動する必要がある。共同事務所等。
料理	新潟	上部団体や関係団体との連携を密に取り、各組合員が抱えている現状の相談窓口となり業界団体の繁栄に努力する。
料理	福井	食文化のみならず伝統文化の視点に立った将来展望が必要
料理	三重	各支部の連絡、調整、情報発信機関であるべき。

組合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
料理	長野	加入が一部地域に偏っている。もっと加入を促進し、団結力を強めていかなければならない。
料理	岐阜	今後経済情勢は景気の回復とは反対に厳しさが増すと思われる。それは大手アウトサイダーの増加によるものであるため、組合の結束を強めるべきである。
料理	愛知	食品国保加入、カラオケ使用料の割引、クレジット取引手数料の割引等のメリット以外にもっと魅力ある特典を準備する必要がある。
料理	京都	組合員にアンケート等をとり、一番求めている事業、活動をタイムリーに実施 行政からの通達、情報を組合員にわかりやすくタイムリーに伝達できる相互情報交換システムの構築
料理	大阪	組合員減少で組合そのものの存立が成り立たない。他組合との統合も視野に入れるべきである。
料理	鳥取	一つの業種として存続は困難ではないか
料理	島根	組合員の拡大を図る
料理	岡山	組合員の役にたつ組合でありたい、新情報をすばやく伝えていきたい。
料理	徳島	まず組合員に事業の継続できる環境を整えられるか。転業、整理の手助けが出来るようにする。
料理	福岡	組合の意義の再検討
料理	長崎	組合員本人などが高齢化しつつあり、世代交代が近づく中で、若い人達が積極的に参加できるようにすること。
料理	宮崎	高齢化、競争の激化等に伴い、組合員の減少に歯止めをかけられない状況であるが、組合員同士の団結、組織強化の充実を図って行く必要がある。
喫茶	宮城	役員のリターシップに基づいて事業展開する役員は名誉職でないので積極的に行動できる方で組合を進めていく。
喫茶	山形	昭和30年代への生衛組合発足当時の原点に戻り、当時の考えを振り返り、本来の組合活動を考えるべきであると思う
喫茶	福島	関係組合の合同
喫茶	茨城	活動資金の確保と、それに伴い資金のアップ
喫茶	埼玉	新規営業者は、加入していない状況で、ここ数年廃業が多く組合員が減少している。減少している他の組合と合併する等組合の統合を考えてもいいのではないか。
喫茶	東京	支部役員の自意識の確立が必要である。また、役員がオーナーとしての品格を持って、組織活動へ協力してほしい。
喫茶	神奈川	現実的には組織率の低下は否めないが、情報の提供や生衛融資等によって組合員のメリットを確保し、組織を維持してゆくべきである。
喫茶	新潟	協力店と指導センターと密接な関係を持ち、新規組合員増加を図る。また、組合員団結を強化する。
喫茶	富山	社会的立場を明確に主張したい。自分たちの商売に自信をもって。
喫茶	石川	大変な時期にきている。どうあるべきかの以前に、どう維持してゆくべきかまできているのが現状である。
喫茶	福井	組合員の意見を代弁し行政に反映させることは勿論のこと、組合店の向上を目指した事業を展開する
喫茶	三重	組合員一致団結して業界の発展に協力すべき。
喫茶	滋賀	サービス機関でありたいが、困難な課題も多く、メリットを求めの方が多く、それに応えられる組合としたい。
喫茶	大阪	組合への求心力を強めるための取り組み、組合員のためになる組合を目指していかなければならない。
喫茶	鳥取	組合の目的、意識の改革が必要(何のために組合が在るのか?)

組合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
喫茶	兵庫	今、厳しい状況の中、我々組合員同志は安心・安全なる経営環境の育成 組織作りに切磋琢磨し、組合独自の消費者の支持を得る為のイベント等（ハイカラモーニングコンテスト）を自主的に実施しながら同業者の共感を求める。
喫茶	岡山	飲食関係組合は、ひとつにまとめて活動するべき時代が来ていると感じる（業種ごとに作っていても活動の幅が狭くなるばかりであるし、各組合の情報交換さえ出来ないのが現状である）
喫茶	愛媛	飲食関係組合同志での共同化（統合・合併を含む）の検討に着手すべき
喫茶	福岡	アウトの業者に組合の有効性を知ってもらい努力が必要であるが、なかなか認識してもらえない。
社交	北海道	組合員の確保が最大の目標だが、魅力ある組合でなければ義務感だけでは組合も先細りする。魅力ある組合にするためには財政的裏付けが必要である。
社交	青森	組合は財源の確保が最重要課題となっている
社交	岩手	組合員の現象対策、高齢による廃業増、若手経営者加入に全力
社交	宮城	現在は店が売るのでなく、客が店を選択する時代だ。お客のニーズを捉え誇りある店づくりをすることだ。経営者は高い理念を持って改善と社員の創意工夫を見習い消費者の嗜好にマッチした個性的な商品の提供に努力すべきだ。
社交	山形	各店の繁栄は組合の繁栄にもつながっているので組合はより速い情報の伝達と組合員への各種指導の徹底を行う
社交	栃木	組合の財源である賦課金は各支部各班の幹事役員が毎月集金しているが、今後は集金方法を考えなくてはならない。（集金専門職）
社交	群馬	指導センターを中心に活性化事業に取り組んでいく
社交	新潟	組合の事務所は維持できるような形を取り、各組合のための必要な情報資料を常時提供できるようにしていけばよいと思う
社交	富山	役員の育成の強化
社交	石川	組合員にとってのメリットを具体的に示し、組合員からも加入して喜ばれる組合にする
社交	福井	組合員の増加を図るためには、関連業種をも引き込む覚悟が必要
社交	長野	組合員の意識改革は、なかなか難しい。
社交	静岡	若い組合員及び、女性組合員の人材育成（教育・研修）事業を実施する
社交	愛知	組織拡大強化（活動財源の確保）、組合員の団結力と役員とのコミュニケーションの充実、組合活動を積極的に実施
社交	京都	組合員の経営安定に役立つ情報提供等、利益擁護をすべき
社交	大阪	地元商店会とも連携して、経営環境を維持するなど、外への働きかけが必要と考える
社交	兵庫	まずは人材育成
社交	岡山	組合員を増やして組合活動を活発にする。
社交	徳島	景気の悪いこの業界事情を見据えて、今後店と組合の結びつきを強化し、営業向上になる様な活動を積極的に活動していき、業界を背負う組合員全員が価値ある組合に発展していくような場になる様努めていくべきである。
社交	香川	飲食業組合等との連携強化
社交	愛媛	組合員の減少に歯止めが掛からない厳しい状況を打破するために、組合組織の活性化、組織拡大に向けて全力投球していく。
社交	福岡	組合の一体感を強くする必要がある。
社交	大分	組合役員をはじめ実務担当者の育成をはかり、組合員はもとより一般消費者の利益擁護と地域の活性化に貢献し、ひいては業界の地位向上につなげる。
社交	宮崎	組合員の拡充を図るのが目的であるが、活動を活発化する為にも組合独自の財源が必要である。その為のイベントや街の活性化の為に会員の協力体制を指向する。

組合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
社交	熊本	組合は、組合員のためにある。組合員の問題点悩み等耳を傾けることは勿論であるが、組合員の資質向上のための研修会、講演会等を開催すると同時に、組合員店の安全・安心の確立と遵法営業の推進を図っている。
社交	鹿児島	一人の力では、どうにもできないことでも、団体の力で行政をも動かすことができる。組合員はたとえ少数でも、それをまとめる組合は、その団体にとって必要不可欠であると思います。
飲食	岩手	組織強化を図り組合員減少に歯止めをしたい。
飲食	秋田	数(会員数)ではなく質の向上
飲食	栃木	組合スローガンの「組合員のための組合づくり 組合同士の絆の構築」を組合活動方針とし、対話を重視することによって組合の必要性を理解していただく事である。
飲食	埼玉	コミュニケーションの場の提供を図る。組合とは何か、どんなことをしているかを周知徹底させる必要がある。組合の広報紙(新聞)が必要である。
飲食	千葉	生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律の趣旨をふまえ、組合員が一致団結してその時代に対応でき得る業界づくりをして行かなければならないと考えている。
飲食	東京	支部単位で行動をするだけでなく、相互間の連携を密にして行かなければならない。
飲食	神奈川	時代の流れを読んだ組織活動の展開を図るべきだ。国の政策に末端事業者にとって効果的な法律の制定がされるような運動を展開すべきである。指導センター等の行政関連組織を活用し、飲食業界の事業実態を理解してもらうことに努めるべきだ。
飲食	富山	メリットのある組合に
飲食	石川	アウトサイダーとの違いのわかる事業の創出及び展開
飲食	福井	活気のある組合づくり
飲食	長野	融資相談事業および音楽著作権使用料の割引事業等の、他の三本柱になる事業展開と魅力ある事業の促進
飲食	静岡	組合員数の大幅な減少から財政的にも厳しい状況にあり、今後、組合加入促進に向けた施策が急務である。
飲食	愛知	組合員へ経営、税務、金融に関して有益な情報の提供
飲食	三重	組合員の減少に歯止めをかけるべく、メリットの具体的な構築を推進すべき
飲食	京都	きめ細かく他組合との連絡を取り合い、お互い切磋琢磨していくのが望ましい。
飲食	大阪	組合員の切実な要望に対して、どう対応すべきか、その指導性を高める必要がある
飲食	和歌山	支部の強化を図り、県下全域を統一した組合とならなければならない。
飲食	鳥取	組合員増及び地域に密着した問題への取組 営業者の後継者不足、高齢化問題等への積極的な取組
飲食	島根	組合員の拡大を図る
飲食	岡山	組合員が組合事業に参加することが必要。現状は、組合加入のメリットを感じていない為、周知と何を望んでいるかも必要がある様思われる。
飲食	山口	零細な営業が多いので、組合組織力が必要である。
飲食	香川	不況、道交法改正等当協会をどまぐ環境が厳しい中、同業者として団結し諸問題の解決に取組む必要がある。
飲食	愛媛	組織力を生かした「迅速で正確な情報収集」と「的確な対応」が必要。
飲食	福岡	消費者との距離を近づける努力
飲食	佐賀	ITを積極的に取り入れる。
飲食	熊本	一般組合員と役員(組合)の意識のズレがあるため情報の積極的な提供必要

組合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
飲食	大分	組合員のための真のメリットを追及していくべきである。
飲食	宮崎	組合員の為の組合を目指す。
飲食	沖縄	後継者の養成。組合員に対しての明確な活動メリット
食肉	青森	大型店、量販店の進出により組合員の減少、高齢化による営業活動の低下若しくは廃業する組合員が多く組合の先行きが見えない状態である。
食肉	岩手	大型店に押され大変厳しい。小意見も取入れ地道な活動に取り組む。
食肉	宮城	組合に対してメリットある組合活動が大切
食肉	山形	組合事業に積極的に参加を求める体制作り。組合員にメリットのある事業を見出して活性化を図る。組合員一人一人の意識を高める。
食肉	福島	各支部のリーダー(支部長)を中心に組合活動の目的意識を組合員に徹底して理解してもらわなければならない。
食肉	栃木	組合員が組合に加入していることによるメリットのPR
食肉	千葉	生衛組合は福利厚生面(共済等)での組合員のフォローを充実させていくしかないのではないかと。
食肉	東京	組合員の要望を事業に取り入れ、組合員のための事業を継続する。
食肉	新潟	活性化は無論、組合活動に参加しやすい企画と体制作り
食肉	福井	イベントを通じた食肉の安全、安心の啓発など、消費者の視点に立った活動の展開
食肉	山梨	団結して向上するよう努める。
食肉	長野	大型量販店の進出、会員の高齢化、後継者不足で会員数の減少はやむをえないが、上手に世代交代している若い会員を積極的に組合活動に参加させていきたい。店の経営に手一杯のようだが、彼らを引っ張り出す魅力的な方策はないものか
食肉	岐阜	食肉専門店は、消費者の「安全安心」要請に対応した投資(施設等)あるいは衛生対策の充実など経営は厳しい状態にある。そのため低利融資の拡大を要望する、情報の開示、宣伝活動を積極的に実施する必要を感じる。
食肉	愛知	全国食肉生活衛生同業組合と連絡を密にして会員のための事業を実施できるようにしたい。
食肉	大阪	経営者が高齢化しているため、組合活動に積極的に参加して各支部どこでも意見書等を毎月1回提供しているが、具体的な回答がありません。
食肉	兵庫	衛生上の指導や相談が、気軽に出来る組合にする。 同業者間の情報交換が気軽に出来る組合にする。
食肉	鳥根	業界発展の為の組織として必要であり行政、関係団体との連携強化を図っていく。
食肉	岡山	組合員一同の団結がなければ続けられない。
食肉	香川	組合財政の逼迫により組合活動にも影響が出ている。独自の財源確保が急務
食肉	福岡	国・県とくにたよらず、組合で活性化をはかるべき
食肉	長崎	組合活動に参加しないものに限って組合に対するデメリットを言う者が多いので、組合事業に積極的に参加し、大型量販店等の生産計画が相次ぐ中、小売店 組合ともに勉強し、厳しい業況を打開するよう努力していきたい。
食肉	大分	組合員に対してのメリットが少なく、脱退したいと考えている組合員も結構いる。各種組合の整理統合(上部組合も含む)を図るべきである。
食肉	宮崎	組合活動をする為の財源確保 組合活動の必要性を組合員に理解して貰えるような周知活動
食鳥肉	栃木	現在融資以外に組合のメリットはあまり感じられない。もっと組合員の利になる事業を増やすべきである。
食鳥肉	静岡	できれば青年部を作っていきたい

組 合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
食鳥肉	東 京	組合の存在価値を次世代に継承するため、事業主より同種同業の良さを理解させ、その必要性を説くことによって今後の組合の動向が決まってくると考えている。
食鳥肉	岐 阜	多種多様の業種組合員の要望に応えるには、県指導センター、県等行政機関との密接な連携により組合員の指導が必要と考える。
食鳥肉	大 阪	後継者育成強化、会員増員に国の支援が不可欠。正確な情報の収集、会員への提供
食鳥肉	兵 庫	組合員の減少、組合員の高齢化、後継者難の解決がなされなければ次の展開ができない。
食鳥肉	和歌山	高品質牛肉、豚肉の流通確保
食鳥肉	鳥 取	生衛組合活動より先全国食肉事業組合連合会（全肉連）関係の事業活動に重点をおいている。
食鳥肉	岡 山	岡山県の場合、牛・豚・鶏の販売が食肉組合と食鳥組合が取り扱っているため食鳥組合員が少ない。東京・大阪のように牛・豚は食肉組合が扱い、鶏肉は食鳥組合が扱うようになれば、食鳥組合が活性化する。
食鳥肉	徳 島	食鳥肉販売業においては、もっと多くの小売業の方々に参加して頂く事が大切である。特に県内においての業界活性化のためにも必要である。
食鳥肉	香 川	香川県生活衛生課、香川県指導センター並びに全国食鳥肉販売業連合会と連携を密にし、指導を仰ぎつつ組合員の為になる組合であることを望みます。
食鳥肉	愛 媛	組合員の経営安定対策 後継者対策の充実に努め組合員の減少を食い止める。
食鳥肉	高 知	組合員減少により財源が確保しにくくなり 又、残った組合員数で均等に割って賦課金を負担しておりますが（各 30,000円）各企業からこの金額に見合うメリットが組合にはないとの意見がここ2、3年で増えております。
氷雪	東 京	現在の組合財政基盤は、組合員による収入がほとんどであり 組合員の減少は、組合組織の弱体化に歯止めがなく、組合の収入の確保が大切な問題である。
氷雪	神奈川	当業界は今後も組合員の減少がつつくと思われ、全国的にも厳しい情勢となっている。ここで何か強い方向性を示せる活動がないか模索しているところである。
氷雪	石 川	現在の行政方針では、弱小な生衛業者は全部ダメになります。
氷雪	福 井	組織の若返りと活性化
氷雪	愛 知	何とか生残を計るために団結をしていかなければならない。
氷雪	京 都	理事会がリーダーシップをとって組合員に率先して活動する必要がある。
氷雪	大 阪	組合運営に積極的に取り組みます。
氷雪	福 岡	行政に頼るばかりでなく自立した活動を考えること
理容	北海道	従来の技術偏重の組合員指導から接遇、経営指導等幅広く取り入れて生活安定を図るなど、要望に的確に応じていく組合活動であるべきである。
理容	青 森	若手の育成指導と新店舗の組合加入促進を図る。優秀な人材の確保と後継者の育成が必要。
理容	岩 手	加入者個人が自己責任において協力しなければ組合の維持が困難。
理容	秋 田	組合加入のメリットの周知徹底、低料金対策
理容	山 形	まずは多くの事業を組合として企画し、組合員はその事業実施に際し賦課金のみに頼るのではなく、受益者負担もある程度覚悟しながら自店の収益を考える事により組合員店での差別化も必要となり良い意味での組合強化にもなる。
理容	福 島	より一層の団結力を強め業務独占を守り業界の活性化に取り組みなければならない。
理容	茨 城	大変難しいが、後継者不足による組合員減少をどうするか。（店舗減） 組合員に対して、規制しているところはないはずであるが。（休日、料金、営業時間）
理容	栃 木	組合員の減少対策に真剣に取り組むべきである。

組合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
理容	埼玉	組合員の若返りが必要であり、事業については、組合員に対する支援事業をもっと展開する必要がある。
理容	千葉	組合員の減少及びこれに伴う財政状況の悪化などに対して、組合内部の組織(役員体制、運営体制)のスリム化、優先事業への予算の重点配分により組合活性化を図っていく。
理容	東京	景気は回復基調となっているが、理容業界も含め生衛業は、依然として厳しい経営環境である。今後は、如何に組合員の営業を支援して行かかが組合組織に求められるものと思われる。
理容	神奈川	組合員の減少対策を見据えて、組合は積極的に活動すべきだ。
理容	新潟	組合員の店舗規模、性別、年齢、後継者の有無、経営意識など多種多様で、組合運営の基本をどのレベルにおくか難しい。あまり走りすぎると、ついてこれない組合員に疎外感を与えてしまう。現状遵守では、やる気のある組合員に失望感を与えます。県組合としては、傘下組合員のすべての要望に応えることを目指すのではなく、県組合でなすべきこと、支部でなすべきこと、支部内の班でなすべきこと、青年部、女性部でなすべきことなど役割分担をはかり、それぞれとの意思疎通、連携強化を図る体制作りが重要であると思う。
理容	富山	組合の増加に盛り上げていきたい。
理容	石川	公衆衛生の増進に資することを目的としての理容師法をはじめ各種規範を守ると共に、魅力あるヘアサロンづくりを目指す営業支援に努める。多くの若者に、未来ある理容業をアピールする活動に努める。
理容	福井	組合員の減少傾向に対する歯止め対策
理容	山梨	組合員の世代交代等のため、組合に対する要望とか施策に対し消極的であり、具体的な意見が出てこず、活動への反映が困難である。
理容	長野	安心感、福利、営業支援(組合員の生活安定)
理容	静岡	個人の経営力を高めるため、組合より支援を積極的に行う。競争力を強化するよう指導する。
理容	愛知	組合創立の理念である「相互扶助の精神」で組合員1人ひとりの意識を高める。
理容	滋賀	組合員の営業に対して支援事業の推進が大切
理容	京都	一方で自由な営業をお互いに認めつつ、親睦事業を旺盛に行なう必要あり
理容	大阪	業界の改革の必要性について討議すべきである。
理容	兵庫	組合活動を活性化し、組合員の減少を食い止めて、若手の後継者を育てていく。
理容	奈良	業界としては業務独占の免許制度を守る。組合としては、組合員の減少対策を考える。
理容	和歌山	組合員の高齢化、後継者不足、若者の育成・・・問題は山積みであるが、個々の意識を改革し、組織、業界の発展向上に努力を重ねていかなければならないと考える。
理容	鳥取	高齢化が進み組合員数の減少の中、若年層の組合加入促進に努める 理容業本来の技術の見直しを計る
理容	島根	業務独占と維持。やる気、勇気、元気をもつ。
理容	岡山	組合員の理解を得、連携をとりながらPR資金を確保し、消費者に向けて理容業界をPRしていかなければならない。
理容	山口	組合員の活動が活発となるように、組合内部の規制を緩和すべきだ。
理容	徳島	社会(消費者)の見る目と業界との落差。例えば理・美容の違いを業界と消費者が共有するにはどんな対策をとれば良いか。
理容	香川	組合員に対していろいろな面で、サポートできる組織でありたい。
理容	佐賀	若手を取り込んで組合の意見として反映させる必要がある。

組合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
理容	福岡	今まで以上に理事長以下各役員・各支部長が協力(団結)し、組合のメリットと組織の重要性を伝える(わかっていない組合員が多すぎる)
理容	長崎	規制緩和の厳しい中で零細業が生き残るためには、業務独占を守り抜くことが急務である。したがって、組合を通じた組織力によってのみにはしか果たし得ないことの共通認識を理解させるためにも、組合の団結力と情報伝達が必要欠くべからざるものである。
理容	熊本	業界の現状を見極めて危機感を持って組合の運営に当り各組合員に自己努力を怠らぬよう周知徹底したい。
理容	大分	団結力を高め、脱退防止に努める。
理容	宮崎	組合員の確保及び組織の強化、組合組織に於ける意識の改革、組合員の福祉と支援事業の推進
理容	鹿児島	一層の団結。
理容	沖縄	組合員一人一人の意見に耳を傾け要望等にできるだけ応えていく
美容	北海道	経営の健全化と技術の開発指導を軸とする組合体質の強化並びに活性化に努め、円滑で強力な組織運営体制を構築することが望まれる。
美容	青森	組合員の意識が団結につながり組合員の経営の向上につなげるようにするべきと思う。そのためには組合の魅力と意識の高揚が必要だ。
美容	岩手	業務独占免許制度維持のためにも加入率向上、衛生・技術向上、経営健全化を推進する。
美容	宮城	大資本の参入により一人働きの多い美容業者はますます経営の悪化が進むだろう。また、組合離れに加速度が増し、十年後の業界の消滅も考えられる。規制緩和は反対、規制を許可して欲しい。
美容	山形	組合員と従業員の技術水準の向上、組合員の経営支援
美容	福島	組合が減少し組合活動が出来ない時その事業はどうなのか危機感をもっと説明する。
美容	茨城	適正化規程が排除されて料金・営業方法の自由化が進み、組合の存在の理由についての意識希薄な営利優先の時代になっている。順法・営利目的以外の活動の中で「精神論」だけでは維持困難。協同組合への移行あるいは会社設立など、会員のメリットを重視した組織作りを模索する必要がある。
美容	栃木	共に学び共に栄える理念を追求する。美容業のすばらしさを組合員全員が再認識する場を提供し、営業努力のサポートを行う
美容	群馬	原点に戻り、組合が設立されたときの思いを振り返る必要性がある。
美容	千葉	消費者に組合の広報を積極的に行っていく。
美容	東京	(美容)経営者にとって、なくてはならない存在となるのが理想である。そのためには組合のメリットを明確にしなければならない。それと同時に、組合の事業は社会貢献をも果たし、国民全体の信頼を得て(美容師の)社会的地位の向上と経営の安定を目指していかなければならないと思う
美容	神奈川	組織力を強めるとともに、組合の存在感を消費者に知ってもらうことが必要
美容	新潟	組合の存在意義を強く訴え、営業するためには組合加入が原則となるようにする。
美容	富山	営業規制型から営業支援型へ
美容	石川	組合員だけでなく未加入者を含めた全美容室経営者・美容師が消費者・顧客の更なる「美しく清潔な装い」のために努力し、業界内外に啓蒙・活動すべき。組合はその中心的存在でありたい。
美容	山梨	組合員の増加 組合員の結束 組織強化 組合員意識の連帯感 関係機関の協調と連携。これらの事業をすることによって、組合員店舗の経営健全化の促進。

組 合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
美容	長 野	現組合員、特に若手組合員、後継者に対する、美容師法業務独占等の再認識と原点から理解して頂くことが大事と考える。空気の様になってしまった組織をもう一度再認識すべき。
美容	愛 知	組合員離れが進んでいるので、組合に加入することが多くのメリットが受けられることをPRする。
美容	三 重	過去の仲良しクラブ的な組織ではなく、組合員にとって、同業者にとっても仕事(生活)をしていく上で必要不可欠なものであり、現在の業種 制度を維持発展させていく組合にならなければならない。
美容	滋 賀	組合員の高齢化と会員減少に歯止めをかけるため、早急に若手組合員による青年部組織を立ち上げる必要がある。当組合は19年度前半には「青年部」の創設を準備している。
美容	京 都	組合員相互の連携を深められるような活動の場が以前に比べ少ない。求心力強化のため下部からの意見 提案が少なく、組合本部からの事業提案からの脱皮が進展しない。ひとつには組合員の高齢化 減少、活動費用の逼迫に起因するむきもあるが「組合だからできる」をもっと理解してもらい、利用できる組合に意識を変えてもらう働きかけが必要。
美容	大 阪	美容師に認められた業務独占(美容師免許制度)が規制緩和へと移行することを阻止し、組合員のために、又次世代の若手育成にと努力していくところである。組合員の高齢化により、組合脱退、後継者の問題に対しても取り組んでいき、強固な組合を目指す。
美容	兵 庫	組織リーダーの育成など積極的に取り組んで行きたい。組合活性化を目指して教育事業等に取り組んで行きたい。(エステ、ネイルメイク等)
美容	和歌山	アウト対策と新規加入促進
美容	鳥 取	社会的貢献、技術の練磨、従事者の福利厚生等に関して時代の即した対応により実効を上げること 美容師の業務独占を守る為に団結の要があり組織率100%を目指す
美容	島 根	組合員の拡大を計り業務独占を守る。
美容	岡 山	広く組合の門戸を開いて営権確保のために同業者同士の結束を深めたい。
美容	広 島	組合組織活性化のため若手育成
美容	徳 島	組合員の相互扶助の精神と連帯意識の高揚を計る為の諸行事の実施
美容	香 川	業界業権を守る。
美容	愛 媛	組合をあげて地域のコミュニティー活動に積極的に参加して、高齢化する組合員の廃業 脱退を防いでいく。
美容	高 知	同業組合の目的は組合員の業権を守る事だと思う 組合としては行政各種団体との連携を円滑にし団結力によって、時代の変化から組合員の利益を守って行くのが組合のあるべき方向だと思います。
美容	福 岡	美容業界の健全な繁栄 業権の確保のために組合の組織率を高め強化しなければならない。
美容	佐 賀	組合員及び従業員の健康診断の実施等福利厚生面の充実。
美容	長 崎	組合組織率を高め、共に助け合う精神を広める。若手組合員とそのリーダー育成に努める。高齢化する組合員の支援策を検討する。
美容	熊 本	大問題(理美容の垣根がなくなったり 免許制度の廃止等)が起こったとき、とても個人では対処できない組合員の利益擁護ができるのは組合しかない。
美容	大 分	美容師法の 業務独占 を確保して、組合員の営業努力を一層サポートする。 衛生管理、技術、サービス向上を推進し、一般社会から高い評価を受けるよう更に努力を重ねていく。 組合員の相互扶助等信頼関係を一層深める。
美容	宮 崎	組合員の確保と活性化

組 合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
美容	鹿児島	組織率の向上が、組織の活性化につながるので、組合員数を確保し、充実した研修会、交流会を開催する等、魅力のある組合づくりをめぐすために役職員、組合員がさらに結束していくべきである。
美容	沖 縄	各種情報の収集及び伝達 若手組合員の増強
興行	秋 田	同業者はもっと仲を良くし、情報交換したほうがいい
興行	福 島	独立興行主の為になるような発想で運営をしたい。
興行	茨 城	ビデオ等の普及により 当業界の厳しい経営状況は依然として変わらず、業界の活性化を計るための方策を検討してきているが、未だ見出せず苦慮しているところである。
興行	群 馬	現状維持
興行	埼 玉	シネコン(複合映画館)が増え、映画組合の状況が一変している。シネコンの支配人は、ほとんど権限を持たされていないので、意見の出ようもなく、また、転勤等の異動が多いので、役員になってもらうのが、一苦労であり 理事長職になれる者は、限られてしまう
興行	千 葉	大手シネコンの進出が多くなり、独立興行者との格差が大きく、全国的にも脱会、休会の県もではじめており 組合としてどう対応すればいいのか、これからの課題としている。
興行	東 京	大手資本と独立興行者の差がひらきすぎている。今後の組合としての対応が課題であり指導することが先決と思われる。
興行	神奈川	個人経営の組合員の側に立つ指導活動が必要。
興行	新 潟	解散してもかまわない
興行	富 山	現状のまま
興行	山 梨	個人同業者の廃業に歯止めがかからず、組合の存続の危機とさえ云える状況の中、将来に対して希望が持てない。
興行	長 野	シネコンの影響で、組合員の減少、厳しい営業を余儀なくされているので、同業者間での情報収集 提供を組合員に通知連絡
興行	岐 阜	これまでの親睦団体としての存在ではなく、積極的な業界の活性化に向けて知恵を集積する必要がある。
興行	静 岡	組合員の構成の形態が大きく変化している(シネマコンプレックスの組合加入が主なるもの)興行が一つにまとまりにくくなっている
興行	愛 知	現行のままで良い
興行	滋 賀	組合員への各種の情報提供に重点的に力を入れるべきである。
興行	京 都	業務上、組合員が東京集中の大企業組織の一員であり、ひとつの地域における活動は皆無に等しい。
興行	大 阪	組合員自体が大企業化して零細企業が少数になり 組合自体の存立価値が問われてきている
興行	兵 庫	各組合員も協会等のいろんな情報を期待している部分があるので、組合員並びに協会の相互理解が必要である。
興行	和歌山	基本的に多くの会社で構成されて活動するのが原則と思うが、現状は1社で運営されているため根本的に組合としての存続意識があるのか疑問である。
興行	鳥 取	組合員が少なすぎ増加する見込みもなく、組合の存続が出来なくなる。
興行	島 根	組合員の数が少ないことと、地域が点在し、連携をとることが難しい。
興行	広 島	シネマコンプレックスの進出により、地元興行主の収益が減っており 組合の存続が危ぶまれる。行政の支援を期待する。
興行	香 川	業界内で勝ち組、負け組が明確となり各地で組合員の減少が続いている。弱小業者が何とか生き残れるよう支援できれば良いと思う

組合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
興行	山口	4年前より組合独自の事業を導入し、組合活動の活性化を推進中。県民に組合活動を広く認識してもらい、組合員劇場への顧客のリピート率を上げる方を組合として取り組んでいる。
興行	愛媛	全興連に、より一層の集中化を推進する。
興行	高知	上映時間の確保。シネコンオープンにより上映作品の確保が困難となり日作品で細々と営業している。組合として何かできないものか？
興行	福岡	行政からの情報を得て魅力ある団体として活躍したい。
興行	宮崎	宮崎県は団結している。
旅館	青森	組合員に環境変化に則した情報の提供が必要と考える。そのためにも支部の活性化が必要である。
旅館	宮城	組合員は知識も情報もある。生衛組合は衛生水準の向上、利用者への利便性などを改善する事により営業の振興をはかるなどのような受身の施策で組合は期待されない。融資方法の改革や需要拡大のための法改正。
旅館	秋田	少数精鋭でやらざるを得なくなるので、その為の準備が必要である
旅館	山形	生衛融資の充実
旅館	福島	組合はもともと寄合が基本だが、組合員個々が求めるメリットに差が生じ、またニーズも多様化しているなか組合が行う活動や事業範囲が限られている。大量消費から質に移行する現経済において法整備も含め組合のあり方を検討すべき時期と思う
旅館	茨城	施設数の減少(売上げ不振による)及び組合員の減少により、事業拡大も難しくなっている状況のため、事業費確保が急務である。
旅館	栃木	組合組織の認識を高め、各組合員の健全な営業意欲の高揚に努める
旅館	群馬	観光団体の再編・統合を進め、観光宣伝の強化と相俟って県内唯一の宿泊団体として、安全・安心・信頼の宿づくり推進の拠点となるよう組織内容の再構築等を図り、組合員のための、かつ、業界発展に繋がる施策を推進する。
旅館	埼玉	非組合員の組合加入促進について、行政機関(保健所等)の支援をいただきたい。
旅館	千葉	顧客のニーズと組合員の意見のアンバランスを縮小させる。 組合は将来のニーズを洞察し、目に見える事業を実施すべきである。
旅館	新潟	役に立つ組合
旅館	富山	行政の業務を組合で代行できるまでレベルアップすべきである。
旅館	福井	シルバースター部会登録旅館の拡大を図る必要がある
旅館	長野	加入促進、団結力強化、業界の地位向上に努力
旅館	岐阜	宿泊業は「一夜の人命と財産をお預かりする崇高な社会の公器」と思い、お客様に安全で安心してお泊り頂けるよう日夜努力している故、未加入施設の是非なる加入が必要である。
旅館	愛知	組織強化と行政・関係機関と連携強化に努める。
旅館	三重	組合に加入していいと認識を高める事業を推し進めなければいけない。そのためには、全組合員のメリットになる事業を考える必要がある。
旅館	京都	年々組合員が減少しているので歯止めをかけたいが、具体的に示すメリットが少ない。財源確保のためにも組合員の増加を図りたい。
旅館	大阪	組合員の経営状況や課題が個々で違っている。組合に対する要望も違うため、今後組合員の状況把握に努める必要がある。
旅館	兵庫	消費者ニーズに応え、社会性を前面に押し出し、地域社会に貢献する組合へと変化する事によって、業界と組合の繁栄がある。
旅館	和歌山	組合がリーダーシップをとる業界の発展につとめる。
旅館	鳥取	生衛組合としては、生衛組合としての活動に自覚のある組合員が残ればよいのでは

組 合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
旅館	島 根	定款上、組合は営利を目的とした事業はできないので旅館、ホテルの衛生の確保による食中毒の予防及び火災等の発生を未然に防止すべき旅館業関係法令等の遵守指導をはかる。また、国交省、厚労省、県、指導センター、全旅連、施設組合員間等の情報を迅速かつ的確に提供、その上、施設の衛生水準の高揚と技術の向上をはかるべき研修会等の開催をする。
旅館	岡 山	業界の秩序維持から、組合員の利益確保へ方向を転換すべきではないか。組合員を下げる等の努力が必要。
旅館	山 口	後継者問題で廃業による組合員の減少が進んでいる。また、組合未加入の中央大手ホテルチェーンの地方進出が増加しているため、組合員の中から不公平感の声上がる。現状で組合加入のメリットを創出し、魅力ある組合作りを目指す必要がある。
旅館	徳 島	組合員であることの具体的なメリットを持つ。
旅館	愛 媛	組合員減少が県組合の財政を厳しくしている。県組合の活動が限界にある。
旅館	福 岡	生衛法の目的を達成するために、各都道府県に1個あて組合が設置されるものであるに拘わらず、法律上組合への加入・脱退が任意となっているため未加入者が多く、情報の伝達や国等からの通知が県域内の同業者に徹底しないという問題点がある。
旅館	佐 賀	組合費の値上げによる財源確保は困難。組合で自主財源の捻出が必要である。
旅館	熊 本	中央の生衛情報や業界情報を末端会員に届けることと同時に、会員の要望を聞き取り、中央に上げるいわゆる情報の流通が最も重要と思う。当組合としては経費の関係もあり、各役員を通じて伝達をお願いしているが、それもままならないのが現状である。現在、組合員580名で内メールアドレス取得、組合への登録数が110となっており、すべての組合員のメールアドレス取得により、組合は役員を介することなく、ダイレクトで情報を一般会員すべてに届けることが可能となる。
旅館	大 分	組合として組合員の役に立つ情報、資料を如何に提供し、組合員がそれを如何に活用してお客の拡大に努められるかが求められる。組合員としても、お客に自社のセールスポイントを打ち出していくことが大切である。
旅館	鹿児島	組合は今後も必要と感じるので、組合員の意識の向上を図り、もっと積極的に組合活動に協力が欲しい。
旅館	沖 縄	毎月組合ニュースを発行し、全組合員や賛助会員、関係団体等に配布し、組合員とのコミュニケーションを図っているが、常に情報発信で組合活動を活性化していきたい。
浴場	北海道	公衆浴場は諸般の事情により大変厳しい経営環境にあるが、従来地域住民の保健衛生の確保及び福祉のサービスの部分において社会的使命を担っており、今後とも地域社会に貢献できるよう前向きに組合事業を推進すべきである。
浴場	青 森	公衆浴場確保のためにも行政への働きかけが必要である。特に町村の福祉浴場については陳情、要望等の積極的な行動が重要と考える。従来の手法では組合運営が成り立たなくなると考えている。
浴場	岩 手	運営にあたっては愛情を持って気配りし対応している。
浴場	宮 城	組合事務所の維持経費等の行政助成
浴場	福 島	現在の利用者の確保をするだけでなく、消費者ニーズを充分取り入れた活性化対策を推進し、需要喚起対策を実施、地域社会の福祉の増進のための事業が必要。
浴場	千 葉	客が年々減少しているところから、現在、国、市町村において進めている「健康入浴事業等」を活用して、新規客の開発に努めている。組合員の高齢化に伴い、後継者不在で廃業する事例が多くなっている。後継者の育成をどのようにしていくか大きな問題である。労働条件に対する配慮を考えていかないと後継者の育成は困難に思う。
浴場	富 山	具体的にない。
浴場	福 井	事業主の高齢化が進むなかで、若い後継者の組合活動をいかにして促進させるか

組 合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
浴場	東 京	平成 16年 4月に公衆浴場の確保のための特別措置に関する法律の一部改正があり、地方自治体は公衆浴場を活用して地域住民の健康増進、住民相互の交流の促進等住民福祉の向上のため、適切な配慮をしなければならない。」と規定された。また、営業者も国、地方自治体の所要の措置に協力する旨の責務が明記された。これを受けて、平成 17年度より(財)東京都生活衛生営業指導センターが主体となり健康入浴推進モデル事業が港区及び豊島区で、65歳以上の高齢者を対象に実施された。その何れにおいても、転倒防止や健康アップを目的としている。
浴場	山 梨	新規加入が望めない組合であり、現在の組合員の団結を図り、活発な行事をすること。
浴場	長 野	組合費の支払などお付き合いはしてくれるが、意見、相談など何も言ってくれない組合員が多く、組合活動が盛り上がってこない。これからいかにして活性化していくかが課題である。
浴場	岐 阜	斜陽的要素を含んだ業界とはいえ、尚前向き積極的な運営が望まれる。
浴場	静 岡	公衆浴場は未だに物価統制令下にあるが、これを外せば、各自勝手な料金となり入浴料金の統制がとれなくなること必定である。そうすると組合無用論が出るものと思う。従って、今後共統制令の存続を希望する。
浴場	三 重	廃業者の加速が深刻な問題であり、この対策が最重要課題と受け止めている。
浴場	京 都	組合の結束と活動を積極的に実施する。
浴場	大 阪	経営環境がますます厳しくなる中で、業界の振興、活性化に向け指導力を発揮するとともに、組合の団結を強めるべき。
浴場	兵 庫	健康入浴推進事業等を通じて指導センターとの関係を密にしていく。
浴場	奈 良	公共性を持つ公衆浴場業の使命認識を深めるよう組合員に指導すること
浴場	鳥 取	経営者の高齢化と後継者難にどう対応していくかが問題
浴場	岡 山	活動をもっと強化すべきで、同業者が力を合わせ、業界の発展を推進すべきである。
浴場	山 口	年々組合員が減少し、組合員の高齢化が進む中、組合の活動が非常に難しくなっている。今後組合員同士の連携をさらに密にし、きめ細かな指導と良質の情報を提供していきたい。
浴場	徳 島	子供、若者との関係強化。高齢者の健康維持への取り組み。
浴場	香 川	今、業界は大きな変革の時期を迎えている。組合は組合員の経営の安定化或いは繁栄というものに力を尽くす使命に徹するべきである。
浴場	愛 媛	健康入浴推進事業の更なる発展を通じ「新たな利用方法」の普及に努める。
浴場	高 知	活動財源の確保がまず第一で、県市には行政による補助援助の確保を働きかける。組合員が団結維持して
浴場	福 岡	もっと積極的に、何事も取り組む
浴場	熊 本	組合員が減少しないよう今は減少維持
浴場	大 分	組合員減少を大きな問題として、スーパー銭湯との兼ね合いが難しい部分で、今後関係者と懇談を重ねていく必要がある。
浴場	宮 崎	サウナ、岩盤浴、温泉センターなどの経営者にも組合に合流して頂き、組合の具体的な意見を仰ぎたい。
浴場	鹿児島	行政、異業種との連携を深め、新しいお客を掘りおこし、組合員に提供する。
クリーニング	青 森	組合員の減少或いは増加しない原因の一つに、組合からの強制ある。組合員の営業規模に格差があるので小規模営業を中心に組合事業を考える必要がある。
クリーニング	山 形	組合員は減少傾向にあるものの、事業に対しては積極的に行っていく事。
クリーニング	福 島	活性化するために必要な組合の持つべき機能の強化 団結 結末 情報 救済 防御等

組 合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
刈-コング	茨 城	組合員の高齢化が進み後継者減少の業界に、今こそ団結を一人一人が考えて、各自店舗を活性化に導く組織にしなければならない。
刈-コング	栃 木	組合員が加入して良かったと思えるような活動をしていかなければならないが、組合員に負担をかけないで活動資金を作っていくことが一番よいが・・・
刈-コング	群 馬	組合に加入していて、組合費を納入してもそれ以上に営業面でメリットがあるような行政面の指導が欲しい
刈-コング	千 葉	消費者からの苦情について、各組合員の対応についての有効な解決策（関係業界との連携など）の指導等を通じて、組合員のメリットを認識させていく 大手企業の進出や、非対面型事業者の増加等により組合に加入している事業者の比率が低くなってきている。これら事業者と組合員との営業面などの問題について対処していく。
刈-コング	東 京	加入して良かったと思ってもらえる組合にすることが必要であり、そのためには、様々な考えの組合員に対して魅力のある組合でなければならない。また、多くの加入メリットを取り崩えることが必要で、最も単純明快なメリットは、公が認めるメリットである。
刈-コング	神奈川	組合員・アウトサイダーにかかわらず、業界全体がひとつになるべきである。
刈-コング	富 山	わからない
刈-コング	石 川	前向きに、出来る事をしっかりやるべきである。
刈-コング	福 井	組合の必要性をもっとアピールすべき
刈-コング	山 梨	高齢化により組合員が減少するのは目に見えている。少ない人数でも運営できる体制を作ること
刈-コング	長 野	個人事業主を守るために生れた組合であるので、情報伝達を末端まで知らせたい。
刈-コング	静 岡	今後3年で組合員数は激減すると予想出来ることから、あらゆる点で運営業の無駄を省き、少数でも精鋭な活動を目指す。具体的には場合によっては、組合費の値上げも有ると思われる
刈-コング	愛 知	もっと消費者向け事業を行う。加入、非加入どちらでも良い状態ではなく加入意義のある組合を目指す。
刈-コング	三 重	組合員の減少が止まらないため、少数精鋭の方向に進むしかない。
刈-コング	京 都	組合員の高齢化、後継者難は続くものと思われ、広範囲な対策事業が急務となる。
刈-コング	大 阪	全ク連理事をはじめとする組合役員自らが発想を転換し、組合員のために本当に役立つ力強い組織作りをすることで、アウトサイダーを組合に取り組み、組織率向上を図る必要がある。
刈-コング	兵 庫	脱退、廃業を防ぐ為に組合が橋渡しをしてマシンリングシステムを活用する。 20才～30才代の経営者の育成 産業廃棄物処理に対して組合が中心的役割を果たす。
刈-コング	鳥 取	後継者不足、高齢化と今後も廃業する人が増加する一方である。業界の健全化のためにも非組合員とも連携していくべきである。
刈-コング	島 根	組織の見直しを図り組合員本意の事業を行い、また、組合員の意識の向上を図る。
刈-コング	香 川	衛生法規に関する知識、公衆衛生に関する知識、洗濯物に関する知識及び技能など活かすように組合員は自信を持って作業に取り組むと共に組合行事に積極的に参加する。
刈-コング	愛 媛	組合員の後継者問題に対する支援強化が求められている。
刈-コング	福 岡	もっと前向きであってほしい
刈-コング	佐 賀	若手経営者との世代交代が必要。
刈-コング	熊 本	現在組合活動は停滞気味で下部組合員の意識は低い。組合員の事業発展のため情報提供、研修会を積極的に行い、業界発展の為組合という意識を改革・活性化する必要があり。

組合	都道府県	今後、組合はどうあるべきか
クリーニング	長崎	経営形態が多様化(家族経営 4~5名 20名等)外交主体、営業取次店方式等)のため、組合事業が適切な目標が決定しにくい。
クリーニング	大分	ブロック単位、全国単位で組合運営を検討しながら、組織力の強化を図り、少子化問題、後継者問題、高齢化問題等に対応していく必要がある。
クリーニング	宮崎	高齢化が進む中、組合員減少等が進み、今後の組合活動や財政等にも悪影響が出てくるものと思われる。そのような中、組合として技術の向上、情報等をいち早く伝えるよう努める。

(7) 組合加入促進策について

組 合	都道府県	組合加入促進策
麺類	北海道	組合加入のメリットを強調して加入促進を図りたいが現状ではメリットも乏しい
麺類	福 島	加入する事に付加価値を見出す活動、並びに社会的に地位向上を目指すべき
麺類	茨 城	県組合及び各支部での前進のための諸事業をアウトサイダーに広報することにより 県支部組合の存在価値がどこにあるかを組合員、非組合員に示したい。しかし今後組合はどうあるべきかがネックとなっており 手をこまねいている現在である。
麺類	群 馬	魅力ある組合の構築、? 厳しい経営状況の中での打開策を相談しあえる組織作り ベテランと若い人や支部同志の意見交換の活発化
麺類	埼 玉	組合員のメリットをアピールしていく。
麺類	千 葉	東京、神奈川のような、県独自のパンフレットの作成を検討中 (早急の作成)
麺類	東 京	加入促進キャンペーンの展開と 役員・支部長クラスの意識付け
麺類	神奈川	加入促進用のパンフレットにより組合活動や組合加入のメリットを訴え、理解を求める。
麺類	新 潟	新潟の指導センターが出した生衛組合参加のしおり等もっとPR、保健所及び食品衛生協会が加入促進にもっと積極的にやるべき。会員に入れば保健所が一番助かるので (衛生指導、検便、食品検査、講習会)未加入者には指導が不完全
麺類	富 山	いままでの促進の仕方では加入はむずかしく、模索中である。
麺類	石 川	思うように進まない。
麺類	福 井	行政の指導、協力が必要
麺類	長 野	ホームページを立ち上げ、組織のPRを行っているが、あまり効果がない。
麺類	静 岡	組合加入者に対する積極的なアプローチ、機関紙等の発行・送付により 何とせも組合員数の減少に歯止めをかける事が急務である。
麺類	三 重	保健所で許可申請の時に組合加入のパンフレットを渡してもらい加入を勧めてもらおうようにしていきたい。
麺類	京 都	京都市は厚生労働省の意を汲んで、市内の保健所に営業許可証を与えたり更新を許可する際に生活衛生同業組合に加入するように行政指導を進めて頂きたい
麺類	大 阪	組合員に有形無形の利益還元ができる事業を企画推進し、業者が進んで加入したいと思われる組合づくりが必要だと思う
麺類	兵 庫	組合の魅力を発揮する。組合加入の利点を見出し、未加入の業者に説明を行い、加入呼びかけをする。
中華	北海道	国民生活金融公庫との連携により 新規開業者の積極的組合加入を促進する。
中華	岩 手	食品衛生協会との連携
中華	宮 城	新規開業と同時に保健所より組合加入が出来るように
中華	秋 田	1 組合一人勧誘を実施する
中華	茨 城	初めての試みであるが、本年度加入促進のためのパンフレット作成、または、広報誌の発行を予定している。
中華	埼 玉	法令による組合加入促進を図る必要がある。
中華	千 葉	今後会員の増加は見込めないことから「脱退」会員を無くすことが先決である。
中華	東 京	各支部で、1人1店加入促進の運動を継続展開している。加入があった場合に加入のあった支部に報奨金を出している。また、組合機関紙をアウトサイダーにも配布、あるいは、本部支部の開催行事にも参加呼びかけし、加入促進をはかっている。さらに、地域の店舗マップを作成、アウトサイダーの店も掲載し、加入をすすめることを行っている。

組 合	都道府県	組合加入促進策
中華	神奈川	毎年9、10、11月を組合員増強月間と定め、本部組織拡大委員会および各支部組織拡大委員会がともに組合員増強に努めている。
中華	富 山	これはどう策はなかなか難しい
中華	福 井	経営改善融資制度の説明
中華	愛 知	問8(今後、組合はどうあるべきか)に回答内容の必要性を説いて加入を勧める。
中華	京 都	組合員の減少で現在約150店。加入促進に共同物資購入がメリットのある企画。
中華	大 阪	まだまだ広く認知されていない。単組でなく生衛組合自体を周知する方法、イベント会場等での案内、四大新聞の広告の活用、ホームページのヒットしやすい方法
中華	兵 庫	入って良かった、楽しいと、まず思える策を毎年考えが、皆この不景気で人員を削ってなかなか店からはなれられない状態である。
中華	愛 媛	役員 組合員が組織的な声掛け活動をする必要がある。
中華	高 知	訪問による加入促進
すし	北海道	いろいろな形でパンフレット等の案内を送付しているが、メリットを強調してもあまり反応がない。今後、地方にも加入促進活動を上げたいが経費面がネックである。
すし	青 森	新店舗開店時に個別に勧誘している。
すし	秋 田	新規加入はかなり難しいと思われる。保健所と組合が連携して、組合加入者が増員するような対策を考えるべきだと思う
すし	福 島	組合へ加入したメリットを作りださなければアウトサイダーの組合加入はみこめないのではないかと。目に見える形でなければならない。
すし	茨 城	現在は、営業許可の申請や更新の窓口は、食品協会が代行しているが、各食品部会の組合を第1の窓口としていただきたい。
すし	栃 木	現在の組合員数を維持したいため、波風を立てないようにするのが精一杯で、促進策までには至らないのが現状です。
すし	埼 玉	組合加入についてパンフレットを作成し、各保健所にある食品衛生協会の窓口置き、組合加入方を要請している。
すし	千 葉	過去に、電話帳から抽出して加入勧奨したこともあるが、組合員から見て組合の存在意義が少ない状況での加入促進は大変難しい。
すし	東 京	高齢化社会で組合員も激減している。防止に必死であるが、新規開業も意外に少なく、それよりすでに開業している店舗の再加入運動に力を貸して欲しい
すし	神奈川	IT事業を進めることによって、全国の情報が入手でき、家族、従業員、客の見る目も変わり営業は活発化する。人の振り見て我が振り直せ、のとおりに参考にしてできる人たちの集まりができる。
すし	新 潟	組合員の減少に歯止めがかからない状態にある。食協や調理師会、商店街などあるが同業者は1つの組合に加盟し、その業界が発展していくような施策を強く要望したい。
すし	富 山	未加入者の情報を把握する、促進を説く
すし	石 川	指導センターの指導をおおぎたい。
すし	福 井	組合員のメリットになる仕掛けを取り入れたい
すし	山 梨	過去加入奨励を全未加入者に実施したが、加入はなかった。加入していてもメリットがないとの理由で脱退者が多い状況で3/4が未加入の状態である。法的に加入しなければ営業許可が出ないようにしなければ、自主加入策はないと思われる。
すし	長 野	組合加入メリットの増強
すし	岐 阜	インターネットを活用し、組合における活動をアピールしていく。
すし	愛 知	組合に加入することのメリットを明確に打ち出してゆかなければならない。
すし	三 重	青年部を中心に活動していく必要あり

組 合	都道府県	組合加入促進策
すし	滋 賀	低迷する経済状況の中で積極的に入金をお勧めすることは無理がある。(会費等の経済力)
すし	京 都	組合パンフレットを作成し、寿司店に配布を行なうが、なかなか効果が得られていないのが実情
すし	大 阪	組合が作成した加入促進パンフレットを活用する
すし	鳥 取	具体策としては何より先役員の努力が求められる。
すし	島 根	アウトの組合員にチラシなどで勧誘を進める。
すし	山 口	今回加入案内を送付して問い合わせがあった。 新規オープンのお店や世代交代で経営者が変わったなどにより組合を知らない経営者が存在する事がわかったので、もっとアピールすべきと感じた。
すし	徳 島	生衛業界も大きく変化しており、積極的に加入促進に取り組んでいるが、新業態の新たな勧誘が必要である。
すし	香 川	公衆衛生に努めると共に慰問事業を継続する。 同業者との親睦交流、情報交換を図る。
すし	愛 媛	国民生活金融公庫、県市の保健所と連携した組織的な加入促進活動をする必要がある。
すし	熊 本	加入のメリットを明確にし、組合員自身が組合活動に積極的に参加するように意識を改革する必要あり、このため、地道な努力が必要
すし	大 分	共同購入事業等の実施や、各種イベントの開催(すしの日、節分の日事業の実施)
すし	宮 崎	すし屋の転業・廃業が多く、組合加入促進にもかなりのブレーキがかかり、思うように行っていない。
すし	沖 縄	保健所行政とタイアップし、加入促進に協力関係を構築したい
料理	北海道	小企業等貸付の利用促進や経営相談指導の充実を図り、また、カラオケ割引制度などメリットを強調して加入促進を図りたい。
料理	青 森	加入促進パンフレットを作成し随時加入を呼びかけている。
料理	宮 城	あまり無理すると資金の借入れを目的とする借金が増える。チェックもしにくい、事故も心配だ。
料理	山 形	情報の収集と発信 / 県内 4ブロックの特徴の再開発
料理	茨 城	「組合加入のご案内」というパンフレットを作成。 食品協会等の窓口を利用させていただき、加入促進に努める。
料理	千 葉	多様化で料理業だけで加入促進は難しい。加入促進でなく、脱退防止策を考えていく。
料理	東 京	組合加入がその業界人にとって一つのステータスと思われるような存在になること
料理	神奈川	加入促進パンフレットと組合ホームページを作り、未加入者への呼びかけを常に行っている。
料理	新 潟	既存組合員より口コミや先日作成をしていただいたパンフレットなどを使用し、PR活動を行う
料理	福 井	組合員の高齢化と後継者不足に加え、若年層の和食離れなど極めて厳しい現状にある。効果的な対応策が見いだせない
料理	長 野	組合加入によるメリットの増強。
料理	岐 阜	組合加入によつてのメリットを作るべき。
料理	愛 知	非組合員店舗を利用している各組合員に、その店舗の組合加入を推しすすめる。
料理	京 都	特典を絞ってPR活動を行なう。地域ブランド「京料理」を商標登録出願中、「叙勲」等各種表彰制度の推進、生活衛生融資の指導、情報等
料理	大 阪	単独の組合だけでなく、協同してPRに努めるべきである。

組 合	都道府県	組合加入促進策
料理	鳥 取	いい方策は特にはない
料理	島 根	中央会、連合会にて社保の団体組織が出来ないものか。大阪、京都等大都市で行っている健康保険組合、生衛組合健康保険組合が出来れば組合員増が大きく計れる事と思う
料理	岡 山	組合加入案内のチラシを作成して指導センター、国民金融公庫岡山支店、岡山食品衛生協会等へ持参しお願いしている。組合加入のメリットは国金の融資が一番であるが、国金や指導センターからの紹介がなく残念である。食品衛生協会からも紹介がない。新規加入は当組合の理事長、役員からの紹介である。
料理	徳 島	環境整備
料理	福 岡	組合加入のメリットを明確にする
料理	佐 賀	間口を少し広げて、洋食屋も取り込むような方向で検討している。
料理	長 崎	組合に加入してもらったメリットがない時代になり 増加させるのが困難ではあるが、国金など借入をPRさせていきたい。
料理	熊 本	組合加入のメリットとしてカート取扱いの手数料を低率に下げることができる。
料理	宮 崎	発足当時からすれば、組合員数が十分の一に減少している現在、加入促進よりも、現状をいかに保持して行くかが大きな課題となっている。
喫茶	北海道	積極的に加入促進を進めているが退会者が新規加入者より多く、減少傾向は止まらない。原因は経営環境の悪化と経営者の高齢化、後継者不足などにあり、外資系の大手チェーン店の進出により競争も厳しく組合加入促進は容易ではない。
喫茶	岩 手	アウト店を訪問、生衛組合の概要を説明し加入促進
喫茶	宮 城	組合員の加入促進について組合としては組合員のためのメリット拡大できる施策を役員等で考え積極的にPRし行動しなければ厳しい状況になる。
喫茶	山 形	営業開始する前の関係団体の協力は必ず必要であると考え。その他公庫からの口添えも大事ではないか
喫茶	福 島	各地区又は支部にリーダーとなる人材がほしい。
喫茶	茨 城	メリットを前面に出した内容のパンフレットを作成。国民生活金融公庫の融資等や組合事業をPR、またレクレーション等で融和を計る。
喫茶	東 京	各支部役員が、意識を持って地道に加入促進をはかって行く以外にない。
喫茶	新 潟	コーヒー業者（協力店）から紹介して頂く。ジャズフェスティバルに参加する店の内から新規加入して頂く。
喫茶	富 山	対策はない
喫茶	石 川	対策は講じている。組合入会の案内を製本し保健所の窓口においてもらっている。タウン誌で紹介される新規オープンのお店に加入促進案内を送付している
喫茶	福 井	行政サイトからのバックアップをお願いしたい
喫茶	愛 知	各支部で行っている、HP、機関紙を配布
喫茶	三 重	組合加入の利点を啓発し、加入促進を図る。
喫茶	滋 賀	全体（県、保健所、国金、センター、組合等、一体となって）組合加入促進のためのシステム作りを行う
喫茶	大 阪	組合加入のメリットのPR
喫茶	兵 庫	組合のよりどころは、いかに対話をするか。お互いに同じような悩みを相談しながら今後の経営方針等を話し合い、経営の自助努力のメリット又パンフレット等を作成し、それぞれの人脈を活用し、一声かけて進めてきたが、組合員増強には結びつくまでは至っていない。
喫茶	鳥 取	強制はできない。食品衛生協会のように行政と組んで加入促進をしてみてもどうか
喫茶	福 岡	当組合発行の広報紙等を指示し、組合活動の実状を知ってもらうようにしている。

組 合	都道府県	組合加入促進策
喫茶	岡 山	行政を通じて未加入店への呼びかけや新規開業店への加入を強く求める具体策を講じるべきである。
喫茶	愛 媛	ホームページの開設および充実を図る必要がある。保健所と連携をして、新規開業者に対し加入促進を図るべきである。
喫茶	鹿児島	組合員である事の特典がつながるので特典を多く作る事。
社交	北海道	未加入業者への組合活動のPRや積極的な組合活動(イベント、共同購入)を通じて、加入促進を図っているが、経費支出も大きいので助成を望みたい。
社交	青 森	組合職員が店舗を回り勧誘しているが、この業界は開業、廃業のサイクルが早い。
社交	岩 手	共同仕入れやイベントに積極参加しない。若手組合員の意見取り入れ
社交	山 形	未加入店舗や新店舗への「組合加入のすすめ」をポスティングや加盟店から紹介してもらう
社交	栃 木	保健所に許可申請が出された場合、業種別に各組合に入会案内の通知制度あるように願う
社交	群 馬	公庫融資等センター事業を組合員に理解してもらう
社交	富 山	明確な対策はない
社交	福 井	メリットの追求を図るとともに、理事長以下役員による勧誘活動の実施
社交	長 野	市場金利と国民生活金融公庫金利との差が少ないなど、組合加入メリットが少ないので新規加入がなく、脱退してしまう。組合に衛生監視を委託するなど、権限を持たせるのも一方法。
社交	岐 阜	厚生労働省の出先窓口で許可を受ける時、食品衛生協会と同様に組合加入促進を義務付けて貰いたい。職権乱用だといって促進することを逃げられてしまう
社交	静 岡	組合役員が具体的に組合のメリットを説明し勧誘する。(加入申込パンフレットの作成)
社交	愛 知	組合員のメリットの充実(共同購入等)、行政 関係諸機関、団体等の協力と連携、アウト業者等への、業界組合の周知
社交	三 重	各支部単位で努力している。
社交	京 都	組合加入による金銭メリットを全面に出す必要があり。しかし組合員減少の今、経済的余力は全くなく、全国レベルで取り組んでほしい。
社交	大 阪	組合の説明をした冊子を作成して、消費者、組合員に配布している。現在ではホームページを見ての加入者が多くある。
社交	兵 庫	デメリット会費が負担になっているので何かメリットのある対策が必要
社交	岡 山	組合員であるメリットを増やす。
社交	徳 島	カード手数料の引き下げ、組合独自のイベントを通じて加入を促進していくべき
社交	香 川	加入によるメリット効果を強化する必要がある。
社交	愛 媛	JASRAC との音楽著作権使用料の割引協定締結、国民生活金融公庫の融資、食品衛生協会賠償共済、警察の暴力追放推進活動等を通じて加入促進を図る。
社交	福 岡	業界情報の積極的な伝達
社交	熊 本	支部活動を停止している地域があるので、組合支部未設置地域の解消と、特に熊本市中心街の組合加入促進を図る。各支部の組合員増強にも力を入れる。
社交	大 分	当組合は未取得の振興計画認定を来年の改正にあわせ取得するため現在作成中、認定を受け次第組合員増強のパンフのポスティングを計画。
社交	宮 崎	指導センターのリーダーシップで、食品衛生協会と各単組との連携を図り、各組合への入会を義務化に近いものに出来れば、ベストである。
社交	鹿児島	イベントをするだけでは、なかなか組合員増は見込めない。組合員としての特典や付加価値を高める為に、講習会等も必要に応じて開催していきたい。

組 合	都道府県	組合加入促進策
飲食	岩 手	保健所や食品衛生協会との連携強化により生衛組合の必要性をアピール
飲食	秋 田	生衛融資のPR、共済加入の促進
飲食	栃 木	生衛組合のメリット。例えば、国金の融資、ジャスラックの20%割引、ホームページの開設等メリットを強調し生衛組合をPRすることである。
飲食	埼 玉	新規加入特別月間の設置をする。組合加入メリットの周知：パンフレットの作成
飲食	千 葉	18年度、日本音楽著作権協会と一緒に各支部単位の食品衛生協会の会合の際に総務委員が加入勧奨を行っており、大きな成果を上げている。行政及び関係諸団体との連携を蜜にし、協力を得ながら積極的に生衛業組合に加入促進をすることが必要である。
飲食	東 京	まず、現組合員へのメリット強化を図り、そのメリットをアウト店舗にPRして、加入促進を積極的に行う
飲食	神奈川	未結成支部の新規設立に向け本部での活動を強化すべきだ。インターネット事業の早期展開により、共同購入や消費者向けのサイトを確立させる。地方自治体や各種団体と連携し事業を実施する。
飲食	富 山	音楽著作権のアウトの組合加入の勧め
飲食	石 川	絶対的なものは見い出せないが、全国サイトで統一的な施策を実施してほしい。
飲食	福 井	行政のバックアップと個人消費の拡大につながる施策をお願いしたい
飲食	長 野	団体加入による加入金免除等の検討・実施と啓蒙
飲食	岐 阜	食品衛生協会の各支部役員を飲食業組合役員が受ける事で一体感ができ事業推進させる。
飲食	静 岡	生活衛生関係営業者は全てがどこかの組合に所属させることを義務づけることができるか？
飲食	愛 知	組合加入のメリットを積極的にPRするとともに加入のメリットをもっと多くする。
飲食	三 重	キャンペーン等を行い、増強月間を設定してみたい。
飲食	京 都	融資をコマーシャルして組合加入を呼びかける。
飲食	大 阪	営業許可とともに組合加入を強制化し、行政からの連絡網の確立を図る。
飲食	兵 庫	年間に定期的に組合加入促進のパンフレット等の作成をお願いする。
飲食	和歌山	組合員に魅力のある事業が必要だが具体的な策無し
飲食	鳥 取	PR不足解消への努力　メリットの創設（カート制度など）
飲食	島 根	中央会、連合会に社保の団体組織が出来ないものか。大阪、京都等大都市で行っている健康保険組合、生衛組合健康保険組合が出来れば組合員増が大きく計れることと思う
飲食	岡 山	指導センターを柱とした組合周知を計る。保健所・食協との連携による組合紹介、加入促進を計画等
飲食	山 口	任意加入であることに限界を感ずる。
飲食	香 川	支部によって異なるが、役員がボランティアで推進している。
飲食	愛 媛	「組合員に役立つ」各地域支部の声を汲み上げた活動を継続し強化する。
飲食	福 岡	異業種間の連帯を強める
飲食	佐 賀	福利厚生面の充実を図る
飲食	熊 本	昨年より組合1人新規加入につき、2千円を支部に交付しているが、今年はやや低迷中。組合員自身はその有用性を認識することが必要
飲食	大 分	脱退させないことが大事。孤立化しがちな組合員に常に団体帰属意識を喚起していくことが必要である。

組 合	都道府県	組合加入促進策
飲食	宮 崎	組合員のメリットを創り出す
飲食	沖 縄	保健所とのタイアップが必要、公庫との連携
食肉	青 森	業者数の減少により打開策が見出せない。
食肉	宮 城	メリットがあれば加入してくる。国民金融公庫、種々のパンフレット、セミナー等の開催を強化する。
食肉	山 形	各支部長、役員がもっと組合事業に関心をもてば加入促進の一助となる。
食肉	福 島	リーダーを中心に未加入組合員への積極的なアプローチを働きかけるべきだと考える。
食肉	栃 木	組合員が組合に加入していることによるメリットのPR
食肉	千 葉	高齢化や後継者難による廃業が加速しており 新規加入（新規開業）はほとんど見込めない。加入促進でなく、脱退防止策を考えなくてはならない。
食肉	東 京	今までに入らない人は、どう動いてももらわないので、加入促進は行なわない。現在加入している組合員のために尽くす。
食肉	福 井	組合加入の魅力づくり
食肉	山 梨	いろいろな事業内容の追加と、セミナー等の実施。
食肉	長 野	無理
食肉	岐 阜	食肉生衛は全国組織と連動して福祉共済、店舗賠償保険事業を展開、経営安定に努力しているが、尚いっそう事業の重要性を伝えて加入促進に資する。
食肉	愛 知	会員は高齢化によって年々減少している。支部を通して新規加入の促進をお願いしているが加入者は少ないのが現状である。
食肉	三 重	保健所には食品衛生協会が窓口があり 協会に入会して、重ねて各組合に加入してもらえない。
食肉	大 阪	役員会、理事会等を月々開催し、意見の交換を多く提起してもらいたい。組合を前向きに考えていきたい。
食肉	兵 庫	積極的に参加しやすい行事を行うこと。例えば、中小企業診断士の派遣をいただき、高齢化時代における小企業の活性化、在り方及び後継者づくりの研修を要望により再度実施した
食肉	島 根	保健所と連携して許可申請時に加入促進をしてもらいたい。
食肉	岡 山	組合に対して魅力を感じるものがあれば。
食肉	香 川	経営者の高齢化、後継者難により個人店舗は廃業が目立っている。ここ数年大手ハムメーカー、スーパー等に加入依頼をして、成果があったが、廃業の数が上回っている。
食肉	高 知	店舗の巡回
食肉	佐 賀	組合員から喜ばれる施策を実施する必要があるが、その施策が見つからず模索中
食肉	長 崎	消費者ニーズ、食肉に関する法令の遵守等、販売店が必要とする情報の収集が組合加入により得られることをPRし、加入組合員を通じて未加入店の加入促進に努める。
食肉	大 分	組合員の高齢化、後継者難で組合員数は減少しており 加入メリットの目玉となるものが欲しい。
食肉	宮 崎	全国食肉生活衛生同業組合連合会で行っている組合員の為の「福祉共済（食肉年金等）」の情報を流し、加入促進につなげたい。
食鳥肉	栃 木	業界自体が縮小傾向にあるため、増員は難しい。
食鳥肉	東 京	これから食鳥肉販売業を専門とする新規業者は出て来ないと思う。現在は、いかにして脱退防止対策を考えるべきか、又、組合員に対して還元出来る方策は何かを考えねばならない時が来たと思う

組 合	都道府県	組合加入促進策
食鳥肉	岐 阜	食鳥肉販売業界の厳しさから、組合員数が減少しているなかでの、組合加入促進は難しい現状である。
食鳥肉	静 岡	共同仕入、共同宣伝などの事業により組合加入のメリットを高め、組合への加入促進を図りたい
食鳥肉	大 阪	安全、安心を確保するため、食品衛生法の遵守をするため、3～5年に一度、定期的な講習会を国（保健センター）が行う。その中で一工夫する。
食鳥肉	兵 庫	組合で一番の重要案件として毎年検討するも具体的促進策が打ち出せない状況
食鳥肉	鳥 取	融資も含めて組合加入のメリットがなく、特になし。
食鳥肉	岡 山	鶏肉だけを扱う業者が全く無くなる可能性がある。組合員を増すには、組合員の考え方を変えるしかない。鶏肉を使う焼鳥屋等を食鳥肉の組合員と見る方法。直接、鶏肉を届けている焼肉屋等が組合員となると色々な指導も現実出来る。
食鳥肉	徳 島	加入することによって、情報・販売・活性化にメリットが出る様な方向性を持って促進する。
食鳥肉	香 川	業界の発展を追及し、未加入者が組合に加入するメリットが大きいことを啓蒙して行く事が大切。
食鳥肉	福 岡	具体策はない
食鳥肉	宮 崎	組合員が年々減少していて、組合が成り立って行けるかどうかをここ2～3年で決断する時期に来ている。
氷雪	東 京	氷雪販売業界では、販売量の減少と高齢化により、営業店舗が減少しているために、現在の組合員の減少をおさえることによる組織維持を図っている。
氷雪	神奈川	市、町で組合員のいないところを探し、加入対策を取ることはこれまでにもやってきている。メーカーに協力を要請するのむひとつの方法であるが、その前に、組合組織の魅力、運営等課題は多い。
氷雪	石 川	名案なし
氷雪	福 井	これ以上増加は見込めず、減少を最小限に抑えるのみ
氷雪	愛 知	組合加入に対して何か良きメリットを探して加入を進めて行きたい。
氷雪	京 都	組合に入るメリットを全面に打ち出す必要がある。
氷雪	大 阪	組合員の福利厚生事業に取り組む
氷雪	福 岡	新規開店などの指導によって促進を間接に図ること
理容	北海道	脱会者の再加入は難しいので、新規開業者や若手経営者に対する加入勧誘を女性部、青年部を通じて促進。組合加入促進については行政機関の後押しが必要
理容	青 森	全理連と同調して加入促進を図る。また、地域住民と共同作業によりコミュニケーションを図り互いに理解を深め業界の認知につなげる。加えて行政その他関係機関と連携し運動の展開を行う
理容	秋 田	? 5大共済のメリット(安心して営業できる) 公庫の制度利用
理容	山 形	今までの加入促進のように、組合内のメリットを訴えるのではなく、個店ではできない各種イベントやTVスポットによる消費者への組合店のPR等のスケールメリットを出し、加入意識を与えるのも良いと考える。
理容	福 島	業界の現状を理解させ加入のメリット組合の必要性を訴える。
理容	茨 城	新規開業者で組合加入していない人達に、組合側より対話を勧めて加入促進を計りたい。
理容	栃 木	組合員であることのメリットをアピールするべきである。
理容	埼 玉	組合事業のメリットをPRすると共に、政府が進めている規制緩和施策に対し、理容組合が現行の理容師制度(業務独占など)をしっかり守っていることを訴える。
理容	東 京	現在、組合員の高齢化が進む中、特に若い経営者層の加入促進が課題である。

組 合	都道府県	組合加入促進策
理容	千 葉	魅力ある組合に向けて、技術、衛生、接客等において営業支援となる講習の強化拡充 後継者等の人材育成のための講習の強化を図る。これにより組合の存在価値を認識させること。全国組合でパンフレットを作成しており 県組合としては、このパンフレットを有効活用していく。
理容	神奈川	対象者となる業者が少ない中で、加入促進は大変むずかしい。
理容	新 潟	開業者は、組合員に入るのは当然であるとの意識付けを図る。組合に加入してもメリットがないとの声もあるが、実際は、自己の店を見直そう 自分の技術を研鑽しようと思っている組合員にとっては、実に多面にわたったメニューが用意されている。理容店で働く若手従業員に研修会参加の機会を呼びかけ、また、青年部、女性部活動への参加を促し、開業する場合、組合に加入するのは当然であるとの意識付けを行う 利用学校入学者の増大を図る。高校生に、総合学習の時間を利用して、理容師のメリット、かっこ良さをアピールし入学を勧める
理容	富 山	奨励金制度の設置
理容	石 川	組合員であることの内容を未加入に訴えている。パンフレットもあり 関係機関 団体に協力していただいているが、さらに積極的に取り組んでいく。
理容	福 井	組合加入のメリットをいかにするか
理容	山 梨	技術講習や各種イベントを実施する中で、当組合だけの共済保険を考える等組合加入のための特別 (メリット)条件を考えていく必要がある。
理容	長 野	パンフレット、講演等で積極的に行っている。
理容	岐 阜	努力はしているが、若い人達に理解されない。(考え方が変わってきている)
理容	静 岡	理容業全般のイメージを高める努力をし、組合加入のメリットを一般学生等にもアピールすることにより加入を促進させる
理容	愛 知	組合員に各支部組合規制意識が存在すると事と思う その意識を取り除く事が促進の一助と考える
理容	滋 賀	共済事業の充実と合わせ各事業の理解
理容	大 阪	組合共済活動についての情報を流し、技術改革についても(癒し技術等)を情報提示すべきだろう
理容	兵 庫	組合加入のメリットを明確にする。又、地域の各支部より加入勧奨を行う
理容	奈 良	非組合員の業務調査、分析の上、対応策を考えて加入活動をする。
理容	和歌山	組織の力、スケールメリットを生かし、共済制度の充実や新しい技術の提供など加入者に喜ばれる魅力ある組織作りをめざす。もちろん加入促進には、前向きに取り組むが、現段階では組合員の減少をおさえることが大事であるとする。
理容	鳥 取	昭和29年ダンピング競争時の組合の役割が、適正化規定廃止後、現在の状況等から「理容師」の業務独占の死守に関する説明をし加入促進に努める
理容	島 根	理容学校と連携しての広報活動を行う
理容	岡 山	先ず若者が理容師に興味を持ち、理容師になりたいと選択してもらえるよう 中学生、高校生にアピールし後継者を増やすことが肝要であり 検討していく。
理容	山 口	加入メリットを積極的にアプローチしたい。
理容	徳 島	もっと若者の考えを知り 理解に努めなければならない。(若者の加入率が低すぎる)
理容	香 川	若い人たちには、若手のリーダーによる組合加入のメリットを強調しアピールする。団塊の世代の中で指導者を、又、高齢者に対しては、老いて益々盛んというよりに とどまることを知らない学ぶ喜びを持つ指導法。
理容	福 岡	県独自のパンフ(組合のメリットについて)を作成(予定)加入を促す
理容	佐 賀	若い理容師を積極的に組合に加入させる。
理容	熊 本	組合自信求心力向上に務め、組合加入のメリットを訴える

組 合	都道府県	組合加入促進策
理容	長 崎	長引く不況の中にあつて、組合加入によるメリットを理解させることは非常に困難であるが、全理連を挙げて国金(全国的)の窓口「組合の仲間になりませんか」のパンフレットを置いて頂くなどの努力をしている。
理容	大 分	組合員の組合を必要とする意識改革が必要。
理容	宮 崎	組合組織のメリットをアピールすること。例えば、団体組織による共済制度の恩恵等、個人と団体の違いを強調する。
理容	鹿児島	自分の生活を守る為に、必要不可欠である。
理容	沖 縄	各支部廻りをまめに行う。メディア等を利用していく
美容	北海道	組合事業として全道支部において、アウトサロンとの小規模な情報、意見交換会を実施し、組合事業に対する理解と加入促進を図っている。
美容	青 森	魅力ある組合とすることが第一義である。全国的に組合員が減少傾向にある中で若い役員を育成することが加入促進にもつながる。
美容	岩 手	各支部で未加入全店を訪問勧誘。アウト店数名と少人数で居酒屋等で懇談実施
美容	宮 城	現在のような美容学校の2学年制度が続く限り組合の存在価値はない。卒業と同時に美容師になるシステムが存在する限り加入促進は絵に描いた餅である。
美容	山 形	地域の支部長、班長、総代を活用し募集に当たる。組合のメリットを前面に出し、保健所等の連携を図り新規開業者を対象に加入促進を図る。
美容	福 島	各組合がそれぞれ努力して加入運動すべき。指導センター等に協力の要請は無理
美容	茨 城	会員、員外の区別をしないコンクールの実施や、組織内組織として若手会員組織設立などにより働きかけを強化し、また、業界が今どのような状況下にあるのか。それらの問題を解決するために「同業者の結束」の重要性を小冊子にして、県下全美容室に配布予定。しかしながら、最善の策は行政によるテコ入れとである。
美容	栃 木	組合加盟店に配布している「組合加盟店」ポスターの徹底と組合加盟店PR宣伝を消費者に向け徹底して行う。組合加盟店のレベルアップ
美容	群 馬	全美連が本年度は組織強化を重要事業として取り組み「ぜんび増刊号」で「組合のメリット発見」を発行し、アウトに配布。内容は資格制度の重要性、連合会が推進している主な事業について等、記載されている。組合勧誘のマニュアルを作成し、支部長・支部役員に協力していただく。
美容	埼 玉	国民生活金融公庫融資申込者(一般貸付)の情報をお願いしたい。
美容	千 葉	組合加入者のメリットとして、具体的な支援内容(互助会的な面、協賛の拡大、他業種とのサービス提供等を認識させていく。
美容	東 京	現在、当組合は組合加入推進員を組合未加入店へ訪問させ、組合のパンフ、資料を配布、説明している。
美容	神奈川	全連の作成した加入促進特別号と当組合が作成した「加入のしおり」を持って各支部が勧誘を進めている。
美容	新 潟	未加入、新規の方が相談に来られた際は、組合加入を促して頂きたい。
美容	富 山	内部の活性化を図り元氣な組合に
美容	石 川	指導センターが行政の理解・協力を得て、未加入店に対し強力な加入促進を進められないか。当然、現組合の運営・活動が魅力的で活発であることが前提であるが。
美容	山 梨	組合員でなければならない事業をすることによって差別化の推進 着付検定 ハートフル美容師研修 融資 美校卒業生への就職の斡旋 総合福祉共済の加入(保健所との繋がりを密にして加入推進)
美容	長 野	組合役員、各ブロック役員からの声かけ(1人1声運動) 青年部から、若手アウト店への声かけ ジブラルタ生命保険株式会社の協力
美容	静 岡	生活衛生指導を保健所と連携して、アウト店に対する加入促進を図っていきたい

組 合	都道府県	組合加入促進策
美容	愛 知	テレビコマーシャルの放映をし、組合マークを一般消費者とアウトサイダーにPRする。また、加入パンフレットの刷新、ホームページによる加入促進を行う
美容	三 重	技術的、経営的及び共済、融資、斡旋等のメリットだけでなく、業種、制度を守るためにはなくてはならない組織ということを非組合員に強く訴えていく方策を考える
美容	滋 賀	現在、全国連合会の指導の下、各県組合が一斉に「加入促進運動」を実施している。（組合メリットを記したパンフと加入申込書を各支部に交付し、支部役員中心に勧誘を図っているところ）
美容	京 都	「同業組合」の組合員減少はこと、美容業だけでなく各組合の課題でもあると認識、上部団体の「美容連合会」においても危機感を抱き、「メリット発見」の冊子を作成。京都ではこれに「京都作成のリーフレット 賠償保険制度 福祉共済制度を加え、前年度末+1組合員を目標に支部において促進を実施中。本部対策としては、「美容まつり」を実施、アウトサイダーとの差別を一般顧客にアピールし、組合への加入促進の一助とする。
美容	大 阪	全美連発行の機関紙「ZENB」増刊号を作成、「組合のメリット発見」として未加入店舗へ発信するよう全国的に活動を始めているところである。
美容	兵 庫	組合情報のパンフレット、非組合員店舗等にはぜひ増刊号の配布など組合事業について理解いただき、組合加入につなげて行きたいと思う
美容	和歌山	連合会との連携でアウト対策用の冊子を作成各支部よりアウト店に加入促進
美容	鳥 取	組合のメリット 必要性の啓発 材料商等の理解・協力を得て管理美容師認定者に組合の必要性を認識してもらう 保健所との連携強化
美容	島 根	全美連発行の機関誌「ぜんび増刊号」（組合のメリット発見）を非組合員約800名に「組合加入のおねがい」のチラシとともに配布。その後、加入の勧誘に訪問する
美容	岡 山	新規開業者に対して行政機関からも加入指導をいただきたい。
美容	広 島	加入促進策として、毎年12月～3月までを「プラスワンキャンペーン」を実施（加入金無料 通常3千円）
美容	山 口	加入メリットを示して呼びかけたい。
美容	徳 島	脱退者を減らす対策に取り組む。支部長のリーダーシップを生かし、アウト店の店舗訪問。
美容	香 川	非組合員に組合のあり方などを理解していただくために歩く。
美容	愛 媛	青年部の講習会に非組合員の参加を呼びかけ、若者の交流を通じて組合行事をアピールして加入促進を図る。
美容	高 知	組合未加入の方が組合に加入したい、加入すれば自分達の業を組合に団結力で守ってくれるという意識を持ってもらうためには、組合の組織力アップが大事なことと思う。組合加入促進は当然推進しているが、まず自分達がよい組合をつくれれば自然と加入も増えてくるのではと考える。
美容	福 岡	組合独自の努力には限界がある。組合に興味がない人でも組合に目を向けさせ加入させるには、行政の力（何らかの強制力）が必要
美容	長 崎	規制緩和に対し、業権を確保するには組合加入率を高める必要のあることを役員が各支部・地域を巡回して説いている。全美連の作成した加入促進のための印刷物や組合HPの情報などが組合未加入業者に対しても配布・発信されている
美容	熊 本	非組合員に対して、組合の存在をアピールする為、チラシ、広報を投げ込むローラー作戦、若年層に対するホームページ、インターネットの利用、国金借入れ、訪問美容を通しての組合加入。
美容	大 分	組合のメリットについて組合員自身が把握し知人、友人に加入を勧める。国民生活金融公庫の独立開業資金融資を斡旋し、開業後の加入を勧める。地域講習会等を非組合員にも開放し、組合活動を周知し加入を勧める。
美容	宮 崎	各組合員や非組合員への加入促進の冊子の配布
美容	鹿児島	加入促進期間を設定し、対応していく。

組 合	都道府県	組合加入促進策
美容	沖 縄	加入メリットを具体的に熟知して加入促進を図る(全組合員)
興行	青 森	当組合は県内興行場が全店加入しているので加入促進策は無い。
興行	秋 田	組合加入しない映画館が他県では出てきているので、加入はあまり強く勧められない
興行	山 形	本部を通して加入促進を図る。
興行	福 島	全て加入
興行	茨 城	現況としては、個人館の廃業が目立つ中、シネコンの大型店の会員を取り込み会員が一時より増えている。直接訪問し加入を勧めている。
興行	栃 木	現在のところ新規参入者は組合加入の認識にあるため、問題はない。
興行	千 葉	全部が加入している
興行	東 京	基本的に加入することになっているので特になし
興行	新 潟	考えられない
興行	富 山	県内全員加入
興行	長 野	フィルム配給割当てと音楽ジャスラック(著作権)問題から、未加入者は皆無である
興行	岐 阜	全国展開をしているチェーン店としての出店があるが、組合参加のない企業もあり加入いただけない。全国的な問題でもある。
興行	静 岡	映画興行を行うところには加入を積極的にやっている。シネコンの参入によって、閉館においこまれている劇場が増加している
興行	愛 知	特になし、ほとんど加入している。
興行	三 重	特に問題なし
興行	大 阪	大企業によるスクリーン数の増加に伴い、組合員数が増加、特に促進策はいらない。
興行	兵 庫	当協会は新組合員、促加入のしきたりで結ばれている。
興行	島 根	営業している企業は全社組合加入済み
興行	山 口	定期的に組合事務局より未加入劇場に対し、加入の勧誘を実施。本年度はその効果もあつたか、組合加入の申し入れがあり、以後もこれの活動を継続している。
興行	愛 媛	相互信頼を基盤に加入促進を図る。
興行	福 岡	外資系の劇場なので、当劇場の支配人と連携を密にし加入要請を頻繁にする。
興行	宮 崎	業者の全員が組合加入してる。
興行	鹿児島	スクリーン数が組合員数なので4社のうち2社で活動しなければならない。シネコン10S+シネコン10S+単館(ポルノ)1S+単館(離島)1S、計4館、22スクリーン
旅館	北海道	組合に加入した場合のメリットは何か、組合に入っていないと損だと思ってもらえなければならない。融資などについても金融機関(国金、中小公庫等)の対応の仕方等について情報発信し組合加入に結びつけるようにする。
旅館	青 森	今年度は県内の民宿、未加入業者に組合作成の加入案内パンフレット(センター作成の加入促進パンフレット同封)を送付している。
旅館	宮 城	多少のメリットをPRしても加入促進は困難と思う。地域の同業者の紹介により関係を掘り起こすしかない。効果のないメリット例としては、カラオケ団体割引20%、レジオネラ菌検査の定額化、重油灯油の低廉化、ホームページでの無料送客、デジタルテレビ購入時の便宜、組合転貸融資等
旅館	秋 田	行政の強力なバックアップなしには増加しない
旅館	山 形	指導センターから組合加入の積極的な呼びかけも必要
旅館	栃 木	組合組織の利便性を周知する

組 合	都道府県	組合加入促進策
旅館	福 島	現在の若手経営者は、メリットのないものに金を払うことなく、また、お付き合いで組合に加入することもない。最近では組合加入による縛りを感じている会員もいる。やはり加入を本気で促進するならば加入のメリットを打ち出すことが必要で組合のブランド化を図るべきと思う
旅館	茨 城	前記の課題の解決策としてぜひ必要と考えるが、直接未加入施設に実訪し、加入促進を促す方法を実施している。
旅館	群 馬	組合員のための、かつ、業界発展に繋がる施策を念頭に諸事業を展開する。間接的なメリットは理解され難いので、出来るだけ施策の説明に努める。具体的な組合員メリットを増やすように努める。
旅館	埼 玉	チェーンホテル等の加入について、行政の援護がほしい。
旅館	千 葉	個々の組合活動を通して事業内容を非組合員に知らしめていく。千葉県は、国体を控えて旅館、ホテルとしての団体活動を求められていることから、行政とタイアップさせてた組合主体にこれらの事業を進めていくことにより組合の存在感を認めさせることにより加入促進のひとつの手段としていく。
旅館	新 潟	メリットをもたせる
旅館	富 山	具体的に名案がない。
旅館	福 井	加入することのメリットを向上させる
旅館	長 野	魅力ある組合作り(組合加入による様々なメリットの増強)
旅館	岐 阜	宿泊業は「一夜の人命と財産をお預かりする崇高な社会の公器」と思いお客様に安全で安心してお泊り頂けるよう日夜努力している故、未加入施設の是非なる加入が必要である。
旅館	愛 知	許可 認可条件に組合加入を必須とする。
旅館	三 重	加入を義務付けるか、それがだめなら加入しないと損をする様な方策を取りたい
旅館	京 都	行政 指導センターの協力をえたい。
旅館	大 阪	クレジットカードの手数料が一般より安く、このようなメリットを訴え促進に努めたい
旅館	兵 庫	? 組合員と非組合員との差別化を(一般消費者に対して分かる様に)明確にする 組合員の長期、短期目標を設定し、組合加入のメリットを明らかにする。 各支部を利用してキメ細やかな非組合員への加入勧奨をする。
旅館	和歌山	組合加入のメリットを明確にするとともにその創出につとめる。
旅館	鳥 取	まとまって活動している地区、支部の加入率が高いなどリーダーの指導が大きい。 全体としては、組合加入を厚労省、県で義務付ける位のことをしないと無理
旅館	島 根	この5年間に長期にわたる景気低迷、後継者不足等による廃業、組合脱退により組合員数は20パーセント減少。加入促進対策としては 毎年事業計画の中に新規加入施設の促進を取り入れ、理事会等機会あるごとに依頼 組合の脱退の報告を受けた場合は脱退扱いをせず休業扱いとし、何年か後に再開業したとき再加入しやすいように扱っている。 旅館業許可証の取得(新規、更新共)の場合、その施設に対し保健所の窓口において組合加入の必要性について協力をお願いすべきと思う
旅館	岡 山	旅館業法に基づく開業者は全員加入すべきである。秩序維持が目的でなく、業界の質を向上させ、多様化させて、顧客の多様化するニーズに応えるべき。
旅館	徳 島	組合員であること具体的なメリットを持つ
旅館	香 川	その業界への組合加入を法律的に促進するような条例を考えて欲しい。理由は、組合へ加入しなくてもよいというのでは、その業界(組合)がなげたない。
旅館	愛 媛	全旅連主催の保険事務や国金融資制度を周知する機会を通じて、加入促進をしている。
旅館	長 崎	組合員のための事業をもっと考えなければと思う

組 合	都道府県	組合加入促進策
旅館	福 岡	組合内部においても組合の存在意義をさらに理解してもらう対策を検討していく必要があるが、法律上においても組合加入のメリットを認識されるような施策を実施してもらいたい
旅館	熊 本	生衛組合の存在そのものが一般市民に知られてない。ましてや、それぞれの生衛組合ごとの加入メリットは発信先が限られていて、内向きの情報発信に終わっている。例えば、行政が行う市民向け広報（市政だより）に常時掲載する方法などでもっと市民全般に周知すべきである。
旅館	大 分	組合のメリットを如何に多く出していけるかが大事である。未加入施設への加入セールスも必要で、待っていては来ない。
旅館	宮 崎	組合に加入後のメリットを大なり 小なり具体的に提示し加入を促進する。 旅館営業許可申請時に各保健所より組合加入を勧めて貰う
旅館	鹿児島	行政等も加入促進に協力していただきたい。
旅館	沖 縄	いかに組合員へのメリットを考えるかについて試案しているが、行政からも組合加入を呼びかけてほしい
浴場	北海道	普通浴場の新規業者に対して積極的に組合加入を促進する。
浴場	青 森	公衆浴場そのものが減少している現状では加入者の増加は難しいが、組合のメリットを前面に打出し促進を図らなければならないと考える。
浴場	宮 城	全員加入のための促進策なし
浴場	福 島	経営者の高齢化が進み、又は後継者問題が廃業の理由の主要部分となっており 現在の体制を維持することも困難で、売上不振で組合脱退（組合費の負担増）につながり先行き不安。
浴場	千 葉	全部が組合加入している。
浴場	東 京	100%加入
浴場	新 潟	入浴料金、統制、補助事業等組合経由であるので、加入させている。
浴場	富 山	組織力の必要性を広報や催しを実施する。
浴場	福 井	組合加入促進の有効な手立てが見つからず、新規加入は困難な状況にある
浴場	長 野	原則 100%加入で特にないが、公衆浴場業の許可を取った業者 100% となっていない。また、今後、スーパー銭湯の組合加入対応の問題がある。
浴場	岐 阜	新加入組合員はない。
浴場	静 岡	新規開店希望者、皆無のため必要なし
浴場	京 都	現状でよい（全員加入済み）
浴場	大 阪	銭湯そのものが減少している。廃業しないよう経営努力が必要。
浴場	兵 庫	100%組合加入促進をすすめる。
浴場	奈 良	組織団結の必要性を説く。
浴場	鳥 取	廃業で銭湯自体が少なくなっていくのが現状
浴場	岡 山	行政からの補助金の支給は、組合員のみにするべきである。岡山県の場合は、公定入浴料以下の料金を採用している業者には、組合員以外でも支給しているので、組合離脱が増えている。
浴場	山 口	公衆浴場の場合、加入の条件が物統令適用施設に限定されているので、加入率は高い。一軒一軒説得して加入促進を図りたい。
浴場	徳 島	仕事の割に収益悪く、新規開業は難しく、現在の経営者も高齢化が進み減少するのみ
浴場	香 川	絶えず求心力を追求する。
浴場	高 知	全員加入済（高知市内公衆浴場、高知県公衆浴場）

組 合	都道府県	組合加入促進策
浴場	熊 本	組合員が高齢で後継者が無く、加入促進は難しい。
浴場	大 分	一般公衆浴場の利用者が減り スーパー銭湯の利用者が増える昨今、組合員加入への促進は最も難しい問題であり 現状の会員数を保つことが今できる最大限の努力である。
浴場	宮 崎	公衆浴場は転業・廃業ばかりで新規開業がない現状で、組合加入促進は難しい
浴場	鹿児島	組合に加入することによるメリットを少しでも増やす。
浴場	沖 縄	大衆浴場形態としては難しいと思う
クリーニング	青 森	組合加入条件として多くのものが付帯しているため、それがネックとなって加入しない人もいる。条件を緩やかにして加入促進を図りたい。
クリーニング	宮 城	新規開業もなく脱退者の再加入も望めない。大手と個人経営の二極化が進み個人経営の店は後継者不足で廃業が多い。強力な促進策は現在見出せない。
クリーニング	山 形	後継者の育成を図ることにより 減少の歯止めに資していく。
クリーニング	福 島	組合の存在を明確化してアピール、加入促進のシステム再検討
クリーニング	茨 城	現在の業界は高齢化時代に入り 若者の開業が少ないため組合加入の件は、大手業界と連携しての組合づくりが第一に思われる。
クリーニング	群 馬	県内には組合に加入していない営業所が450店以上もある。クリーニング師の再講習の受講率を上げるためにも 指導センターで加入促進を進めて欲しい。
クリーニング	千 葉	千葉県の場合は、加入にあたっては組合会館建設資金の納入額が4万円と高額であり 大きな問題となっている。
クリーニング	東 京	個人店の新規開業者が殆ど無いことから、過去の組合脱退者の再加入の検討と業を続けるにも関わらず脱退する組合員の脱退防止策が重要。また、後継者不在の高齢組合員が一年でも長く業を続けるためのサポート体制も検討すべきである。
クリーニング	神奈川	地球規模で環境問題を考えるとき、組合、非組合を問わず垣根をなくし全員がひとつになるべきだ。
クリーニング	新 潟	色々工夫しているが、新しく開業が全くない上に、廃業が今後3～5年に急速に増えるので、この先が心配である。
クリーニング	富 山	特に対策なし
クリーニング	福 井	ポリ包装資材の自主回収をテコに加入勧誘を行う
クリーニング	山 梨	一軒一軒歩き、組合加入を勧める。組合のメリットを話す
クリーニング	長 野	衛生水準の維持向上のためにも自覚してもらい、促進するようにして欲しい。
クリーニング	静 岡	多角的に検討してはいるが、非常に困難な状況である
クリーニング	愛 知	非組合員は組合に加入しないと不利益となる施策。行政の応援が重要
クリーニング	三 重	親の代は組合に対し非協力的であっても、代が変わればまた組合に対する考え方が少しは変わり 協力的になるかもしれない入会を進めて生きたい。
クリーニング	京 都	非組合員にも参加できる講習会や研修会を企画し、組合事業の実情を肌で感じてもらう
クリーニング	大 阪	保健所に組合加入パンフレットを常備してもらいたい。アウトサイダーが来訪の際には、組合加入の呼びかけをしてもらう等。
クリーニング	兵 庫	アウトサイダーが加入しやすい環境をつくる。 加入時にかかる費用を見直す。 組織担当者が加入促進について活動すべきである。
クリーニング	鳥 取	非組合員を(特に活発に事業を行っている)積極的に加入勧誘すべき
クリーニング	島 根	元組合員等へアプローチを行う
クリーニング	広 島	後継者が不足(ない)手がない)ため、役員等が加入促進に努めている。
クリーニング	山 口	高齢化、後継者難で組合員減少が進行し、新規加入促進策が見あたらない

組 合	都道府県	組合加入促進策
クリーニング	香 川	経営、公衆衛生、技術等の研修会 講習会を開催し、資質の向上に努める。
クリーニング	愛 媛	後継者から「組合加入メリットの理解」を得られる活動が必要である
クリーニング	福 岡	各店と訪問して組織拡大実行中
クリーニング	佐 賀	若手を取り込み、若手中心の組合運営
クリーニング	長 崎	組合加入者のメリットを考えて活動すべきと考える。今後の取組みとして環境問題・技術指導等
クリーニング	熊 本	金融面のみでなく、社会経済の動向を見て、個店の発展のための活動（情報・研修）が必要
クリーニング	大 分	非組合員も高齢化しており 新規開業者も少ない現状では組合加入者を増やすのは難しい。クリーニング業の拡大解釈によって加入促進が図れないか。
クリーニング	宮 崎	組合だけでは、限度があり 指導センターを始め公的機関等からの加入促進もお願いしたい。
クリーニング	鹿児島	半減している組合員（20年前）の加入促進。3年に1回の講習会等による強力な加入促進。

( 8 ) 組合からみて指導センターは今後どうあるべきか

組 合	都道府県	組合からみて指導センターは今後どうあるべきか
麺類	茨 城	現状のままでよいと考える。
麺類	群 馬	いま以上の指導や研修会の実施、組合運営促進のための指導助言等
麺類	千 葉	行政(保健所を含む)の指導方針について、行政と組合とのパイプ約となって欲しい。補助金の減少について組合員に認識させ、組合として自立していく必要性について、自覚を持たせるようお願いする。そば祭り等の事業を行うにあたって、一般的な規制に基づかない方向で、行政側への理解を得るべくパイプ役をお願いしたい。(できれば共同事業でお願いしたい)
麺類	神奈川	経営、金融、税務、健康等のセミナーを開催してほしい。
麺類	新 潟	今までどおりでよいと思う
麺類	富 山	指導センターのどのような働きをしているか分からないので、今後どうあるべきかは答えることは出来ません。経営指導等の活動とあるが、今の時代にあっていない。
麺類	石 川	組織を維持する為に色々な面から指導してください。
麺類	福 井	情報の発信
麺類	静 岡	指導センターの主催するセミナーの充実など、営業者の意識の向上に役立つ諸施策に力を入れて欲しい。
麺類	三 重	指導センターを知らない人が多い。PRをもっとするべき。
麺類	京 都	指導センターは京都府のみならず、京都市の連携も深めてほしい。即ち、指導センターが中心になって厚生労働省の意図が京都府とともに京都市にも徹底するように働きかけてほしい。
麺類	大 阪	行政と業界間の潤滑油の役割が本来のテーマだと思いますが、今後はさらに弱い立場の業界や組合を守る姿勢を強化してほしいと思います。
麺類	兵 庫	当組合が抱える問題解決に具体的指導を頂きたい。組合運営健全化のために多少の財政支援を行って欲しい。
中華	岩 手	融資の積極的相談
中華	宮 城	負担金をなくして欲しい
中華	秋 田	今までどおり組合を指導していただきたい
中華	茨 城	これまで以上に、より密接に連携していく必要がある。一つ例を上げると、国金の貸付条件の改善要望を依頼する場合の窓口としてなど。
中華	千 葉	会員増加を指導願いたい。
中華	東 京	組合それぞれが、団結、自立ができるような方策、ノウハウ等の情報提供、あるいは強力な指導をしてほしい。また、組合員名簿から色々な情報管理ができるようなソフトの開発をしてほしい。(組合独自ではなかなか困難である)
中華	神奈川	今後も各組合のために色々な面で指導してほしい。
中華	富 山	指導センター中味がわからない。
中華	愛 知	指導センターは官営組合で組合が二つある必要はない。指導センターは関係諸官庁に吸収すべきである。(特に飲食業は何もしてもらっていない。)
中華	京 都	各種の組合を同一に指導することは難しいが、できれば休日(日曜日)とか各店が参加できる日に召集をお願いしたい。
中華	大 阪	行政と組合間情報の交換、提供や専門的助言など重要な役割を担っている
中華	兵 庫	もっと国や行政からお金を取って来て下さい。
中華	愛 媛	組合の相談窓口・役所とのパイプ役としての機能の維持・向上を望む。
中華	高 知	振興計画の実施についてご指導いただきたい。

組 合	都道府県	組合からみて指導センターは今後どうあるべきか
すし	北海道	行政機関との仲介を担ってもらい、再度、助成金の復活に尽力してほしい。
すし	青 森	組合事務局は人手不足、事務的ノウハウも弱いので組合、事務局を含めた指導、協力をお願いしたい。
すし	山 形	融資指導にしても大方は非組合員がセンターとかかわりが多いと思う組合はある程度対処できているので、今後、各組合は、全連を中心に事業面などは実施し、指導を受けてやれるのではないかと思う
すし	茨 城	各組合の問題や困り事等の行政の橋渡しや、もっと積極的に知恵を貸してほしい。
すし	栃 木	現状を維持してほしい。
すし	千 葉	一般組合員と指導センターとの直接的なつながり(経営相談等)をより一層充実させることを希望する。
すし	東 京	組合員の高齢化問題にもっと関心をもち、家族従業員の健康管理に対する啓蒙を図るべき
すし	神奈川	異業種の集団の中で表面上のもめ事はないが、役所等との調整役として必要な組織である。しかし、一般組合員には良くわからない組織といえる面もある。
すし	新 潟	組合が抱えている問題にもっと関わってもらい具体的にはアドバイスをもらうと同時に行政との太いパイプ役であってほしい。
すし	富 山	指導センターの中味が理解しにくい
すし	石 川	今後とも必要である。
すし	山 梨	組合存続と発展に一層協力してもらいたい。
すし	岐 阜	生衛フェアのようなイベントを計画してほしい。
すし	愛 知	個々の組合員から見て、指導センターがどうい場合に指導していただけるのかが、理解されていないように思う
すし	三 重	組合の現状を的確に把握し指導してもらいたい。
すし	滋 賀	積極的に相談にのってほしい。
すし	京 都	組合員減少による財政難につき、金銭的な援助がもらえると有難い。
すし	大 阪	各業種組合をまとめ、また行政とのパイプ役として進めてほしい
すし	兵 庫	現状で可
すし	鳥 取	組合員が少ない組合には出来るだけ協力して頑張って戴きたい
すし	徳 島	組合員数の減少により大きく変化しており正しい情報収集と提供を図り組合関係団体・行政の連携強化、消費者の利益擁護を図り組合への新しい加入促進策が必要である。
すし	香 川	県から出先、国金からの出先のように、指導・貸付も枠の中でしか対応できない。もっとワイドであってほしい。
すし	愛 媛	「組合への情報提供」・「組合の融資相談能力の向上」により一層の支援強化を望む。
すし	熊 本	組合への情報提供、融資関係の連携は可。今後とも組合の活性化、組合員の事業発展に向けて指導をお願いする。
すし	大 分	生活衛生団体の相談役に徹し、各種情報を伝達して欲しい。
すし	宮 崎	指導センターと各組合との距離が感じられ、一般組合員と指導センターとの繋がりが希薄である。センターは事業等の周知を積極的に行うべきである。
すし	沖 縄	組合存続は指導センター連合会等の指導により成り立っているため今後も指導センター存続が必要である
料理	青 森	後継者が育成できていない等センター役員は組織改革が必要だ。
料理	宮 城	これまで同様のアドバイスを期待している。

組 合	都道府県	組合からみて指導センターは今後どうあるべきか
料理	山 形	補助金の増収と分配、センター事業の充実と活動
料理	茨 城	書類の簡素化 (例)上部関係機関より同じ文書が貼付される。指導センターの文書だけでよいと思われる。
料理	千 葉	各組合の実情を把握し、行政当局(観光関係を含む)とのパイプ役を果たしていただきたい。
料理	東 京	組合活動ともっと密着し、組合の事務の担い手及び組合のシンクタンクとなるべき
料理	新 潟	各組合の会合に積極的に参加をいただき、各組合の現状を把握していただき、経営コンサルタントなど経営者への情報提供者になっていただきたい。
料理	福 井	組合の体質改善を図ってほしい
料理	岐 阜	環衛六法の組合と飲食業界を同一枠の中に入れるのは少々無理と思われる。その指導について期待する。
料理	三 重	組合の相談窓口。情報提供。組合のサポート
料理	京 都	・大臣表彰」叙勲」各種表彰制度の積極的推進(会員のモチベーションアップにつながる) 行政からの通達をわかりやすく要約し、タイムリーに各組合に伝達して頂きたい。
料理	大 阪	行政とのパイプ役に努めてほしい。
料理	鳥 取	同類業種との連携活動のかかわりを持ってほしい
料理	島 根	組合活動のサポートを願う
料理	岡 山	現在の生衛組合はどこも組合員が減少していて、運営が大変である。指導センターは県からの補助金で運営されているのだから、組合費でやっている組合から、もう会費を集めなくていいのではないか。
料理	徳 島	官民交流に努め、人 物 金 がスムーズに流れる経済環境をつくることに努力、協力いただきたい。
料理	福 岡	積極的に情報を流してほしい
料理	佐 賀	自主財源を確保し、各組合の横の連携を蜜にして行くイベント等を企画してもらいたい。
料理	長 崎	やはり国金からの借入が中心になると思う。申し込みを成功させることが第一ではないかと思う
料理	宮 崎	組合員の加入促進を図るため、新規開業施設の情報を指導センターは逐一入手して、組合に提供して貰いたい。
喫茶	宮 城	現在のままでお願いしたい。
喫茶	山 形	現在より先っとスリム化をするべきだと思う。理、美、クの各組合でできることは各単組にまかせても良いのではないか。
喫茶	福 島	現状でよい
喫茶	茨 城	コミュニケーション等密接な関係の維持を保つこと
喫茶	東 京	指導センターが自立できるように財源を確保すべきであり、会費をもっと増額して活動しやすくすべきである。設立時の心意気は薄れて来ている。当初の心意気を回復し、維持し、活動すべきである。
喫茶	神奈川	個別の組合の活動財源確保に関するアドバイスや広範な情報の収集および提供に期待している。
喫茶	新 潟	小企業対策(積極積極指導)
喫茶	富 山	指導センターの役割はわからない。営業者側に立った役割がないものか。県のOBでは考えかたがかけ離れている。
喫茶	福 井	組合活動が円滑に行われる。きめ細かなアドバイスをお願いしたい
喫茶	愛 知	もう少し組合のことを理解してほしい。

組 合	都道府県	組合からみて指導センターは今後どうあるべきか
喫茶	三 重	業界と連絡を密にし、組合の発展に寄与する事業を展開してもらいたい。
喫茶	大 阪	今までもよくしてもらっているが、今後も組合からの目線で事業を進めてほしい。
喫茶	兵 庫	いい組織づくりの結果をだしている組合のケースやアイデア等情報をどんどん発信して欲しい。
喫茶	鳥 取	何の為の団体の集まりか分からない人が多い。催しの時にも少し前面にでてほしいのでは。
喫茶	岡 山	組合相互のつながりを強くするような事業を共同で行うことをセンター主導で希望する。センターの存在自体が現状のままでは組合を苦しめていることを考慮してもらいたい。(補助金削減等 負担金の賦課)
喫茶	福 岡	より実現可能なプランを考えてもらう
社交	青 森	指導センターの存在意義、役割を知らない組合員が多くPRが必要。業界に共通する課題についての打開策を打出して欲しい。
社交	宮 城	社会の情勢を見極めながらリーダーシップを取り地域の特性に見合った活動をしてもらいたい。単に中央からの情報伝達、上位下達の連絡機関では地域の活性化はない。
社交	山 形	今後県からの補助もなくなると各単組のまとめ役になる団体が必要となる
社交	栃 木	指導センターと食品衛生協会は統合できないものか。
社交	群 馬	従来通り存続して欲しい。
社交	富 山	わからない
社交	福 井	受け身から能動的な指導機関への転換を図る必要がある
社交	静 岡	県指導センターが自主事業を展開できるよう予算を獲得すること
社交	愛 知	具体的な、業界情報の提供(消費者ニーズの実施等)
社交	京 都	現在と同様、組合と密接な関係を保ってほしい。
社交	大 阪	現状維持を望む
社交	岡 山	もう少し頑張ってもらいたい。
社交	徳 島	税務・経理・法律等組合の全般の事柄に対してレベルの高い指導を行っていきべきと思います。
社交	香 川	一般組合員は、センターの存在をあまり知らないと思われるので、組合員に対する広報等を行なう必要がある。
社交	愛 媛	組合運営が非常に厳しい状態にある。指導センターの効果的な組合支援を望む。
社交	福 岡	人間を増やしてほしい
社交	熊 本	我々零細企業にとっては、経理の処理が苦手な経営者が多く見られます。そこで確定申告、消費税申告時の指導体制の確立(有料可)、経営、特に営業に関する情報の提供、指導の刷新と指導力の強化
社交	大 分	組合の活性化を図り、組合指導者をはじめ組合員が指導センターと認識を共有できるような努力が必要と思う
社交	宮 崎	現状の維持と個人的なコミュニケーションの充実そして指導センター常務の強力なリーダーシップの発揮が大切である。
社交	鹿児島	各組合の相談場所として是非、今の状態を続けていただきたい。
飲食	秋 田	各組合の連携を密にし、事業に対する強力をし、プロパ - の養成をしてもらいたい
飲食	栃 木	現指導センターの業務を更にグレードアップするために生衛14団体の中をサービス部門(理容、美容、クリーニング等)飲食部門(一般飲食、社交、そば、中華等)に二分化し、研修会等は専門的な講習をうけるべきだと思う
飲食	千 葉	現行の組合の業務、諸事業に対して積極的な提言、指導等をお願いしたい。

組 合	都道府県	組合からみて指導センターは今後どうあるべきか
飲食	埼 玉	国、県から組織の確立のための補助金の増額に努力し、各生衛組合に分配してほしい。
飲食	東 京	パソコン講習や、IT委員会等、組合員個々と本部のスキルアップを継続して行う事と、アウト対策等を含めた新たな事業展開を望む。
飲食	神奈川	組合員の実態調査がほとんどなされていない。国金や地銀の景況調査結果などは、事業者の実態とかけ離れている。こういう調査は組合の組織を使ってアンケートをすべきである。生同組合はそれぞれ会員の特性があり、指導センターは一括りのサービスで終わってはならない。構成人員や営業の背景をしっかりと分析の上、事業の展開を願いたい。
飲食	富 山	分からない
飲食	石 川	センター事業の丸投げではなく、指導指針を明確に示し、価値観を求められる団体を目指してほしい。
飲食	長 野	組合員からの視点で、身近に感じられるような事業及びアピールが必要と思われる
飲食	岐 阜	県の外郭団体として存在性は大きい。
飲食	三 重	連携をより密接にしてもらいたい。
飲食	京 都	組合員から低金利での融資希望が多いので、先頭に立って努力していただきたい。
飲食	大 阪	指導センターの役割が具体的に見えない。周知に努力する必要あり
飲食	和歌山	連携を更に深め組合の情報源となっていただきたい。
飲食	鳥 取	融資及び組合加入促進のための情報収集と提供及びより強力な指導を願う
飲食	島 根	組合活動のサポートを願う
飲食	岡 山	問題は、何かを協議ピックアップし優先順に活動する。
飲食	山 口	関係法令の講習がほしい。各種情報提供を、積極的に実施してほしい。
飲食	香 川	組合員の減少にもかかわらず賦課金は同じで負担になっている。役員もボランティアで活動しており指導センターも人件費等経費削減する一方生衛業をどまら諸問題の解決に向け積極的かつ実践的に活動してほしい。
飲食	愛 媛	組合に対する情報提供、指導の面で、より一層の強化を望む。
飲食	福 岡	予算を増額し活性化すること
飲食	佐 賀	財源を確保して積極的に組合をリードする必要があり、政治力を付ける必要もある。
飲食	熊 本	融資関係を中心に連携は可。今後、情報提供を強化し、組合と一体的な活動が必要
飲食	大 分	財政面の基盤確立と新しい企画の下に、ベースをしっかりと構築すべきである。
飲食	宮 崎	組合員の為になる中央からの情報を提供し組合の指導をして欲しい。
飲食	沖 縄	組合員加入及び存続に対するの支援
食肉	岩 手	気軽な相談が受けられる機会づくりに工夫が欲しい。
食肉	栃 木	末端組合及び組合員の考え方をもっと理解する努力をされたい。
食肉	千 葉	各組合の実情をさらに把握するよう努めていただきたい。
食肉	東 京	特に必要性を感じない。一度見直しをしてみたらどうか。
食肉	福 井	県行政の全庁的、縦横の連携支援など、行政と業界の橋渡しを積極的にお願いたい
食肉	山 梨	新しい制度に対する指導の強化
食肉	長 野	一層のご指導をお願いしたい。
食肉	愛 知	行政と連絡を密にして、各支部の活動に支援強化をお願いしたい。

組 合	都道府県	組合からみて指導センターは今後どうあるべきか
食肉	大 阪	各組合も加入組合員が減少している今日に、組合に出向いて積極的に動いてもらいたい。
食肉	兵 庫	現在のご指導状況で良好
食肉	岡 山	組合に対して協力及び指導などをしてほしい。
食肉	福 岡	現状で良い
食肉	佐 賀	指導センターは、常に各組合の前を歩いていてもらいたい。
食肉	大 分	指導センターの人員、予算も少なく事業活動、組合指導も十分に出来ないと思う県の組織を見直し統合を考えるべきである。
食鳥肉	栃 木	県と組合のパイプ役として、資金面他で頑張ってもらいたい。
食鳥肉	東 京	指導センターという価値を高めるためには、業界で発生した全国的な問題・事件等については、一業界の問題として片付けず、積極的に理解と信頼のきずなの中で行動支援し、マスコミを通じて指導センターとしての見解を示し、協力出来る体制の確立を図って欲しい。
食鳥肉	神奈川	指導センターは、情報収集力の乏しい小規模の生同組合に代わって、業界情報及び法令、その他なんでも情報を流してほしい。
食鳥肉	岐 阜	多種多様の業種の組合員を抱えている組合としては、個別に指導センターとの事業検討の場が欲しい。
食鳥肉	静 岡	組合加入促進策や青年部の立上げ等、具体的な事例があれば指導して欲しい
食鳥肉	大 阪	派遣されている人物にかなりの個人差があるので、派遣の場合、第二の職業の場ではなく、目的をはっきり定め、組合の発展に努めてほしい。
食鳥肉	兵 庫	年1回程度それぞれの組合役員に対し、専門的指導をお願いしたい。
食鳥肉	岡 山	各組合の構成内容を全国的に考えて頂きたい。
食鳥肉	徳 島	地域の活性化、産業の活性化のためにも、行政とのつながりとしてパイプ役として活動を強めて頂きたい。
食鳥肉	香 川	現状のままでよい。
食鳥肉	愛 媛	「組合員の経営安定対策」の、より一層の強化を望む。
食鳥肉	福 岡	今後も組合と密接に連携して頂きたい
氷雪	東 京	現在の活動をより拡大して、組合と指導センターのきずなをよりよい協力関係に結びつける政策が必要である。組合、指導センターの財政基盤の確立等。
氷雪	福 井	組合組織の活性化を図るための指導、助言
氷雪	愛 知	組合に対して色々な面を後押ししてほしい。
氷雪	京 都	組合単独では予算の確保が苦しいので SeeL フェア等の充実等、消費者への啓発活動に取り組んでほしい。
氷雪	大 阪	現状のままでよい。
氷雪	福 岡	現場へ足を運んで欲しい
理容	北海道	標準営業約款制度については、組合員指導の中で周知尽くされており、役務の内容の表示、損害賠償等は商売上の常識であり、約款制度の法目的は既に達成されていると考えられるので見直しが必要ではないか。
理容	青 森	指導センターは絶対必要で、予算確保のための方策を考え実行していただきたい
理容	秋 田	指導センターはそれぞれの業種の行政上の指導機関として、絶対必要である
理容	山 形	各衛生組合が集っての「指導センター」ではなく、指導センターは一つの生衛組合として考え、各衛生組合は各支部としての視野からの新しい提案も必要と考える。又、県の合理化に合わせ、行政面の諸手続きを簡素化し、事務委譲を図るのも良いのでは。

組 合	都道府県	組合からみて指導センターは今後どうあるべきか
理容	福 島	より一層の業界指導、営業支援をお願いします。
理容	茨 城	Sマークの件を、もっと一般の人に理解できるようなPR活動をお願いしたい。組合では、お客様に対してPR活動をしている。
理容	栃 木	指導センターが何をやる組織なのか、不明に思っている組合員が多いので、何かの機会に積極的にアピールすべき。
理容	埼 玉	組合運営に財源不足で困っている零細事業者の組合に対し助成金の確保をしてほしい。また、Sマーク制度など営業支援策について、消費者に対してPR不足であり組合としても努力しているが、営業指導センターとしても支援してほしい。
理容	千 葉	現在、指導センターが実施している多くの事業活動を存続維持してもらいたい。特に生活衛生営業振興対策事業、生活衛生営業特別相談員指導研修事業、標準営業約款事業についてお願いしたい。
理容	東 京	生衛業の営業支援策をより一層、お願いしたい。
理容	神奈川	積極的な活動を期待する。
理容	新 潟	経営情報、お客様ニーズ情報の提供 組合加入メリットのPR 理容師法に基づく業務独占 衛生設備維持の向上指導
理容	富 山	指導センターがよく分からない。
理容	石 川	法の公正さは理解できますが、組合加入店の有利・有益さをあらゆる機会にPRしていただきたい。
理容	福 井	Sマークの意義をもっと消費者に周知してほしい
理容	山 梨	行政とのパイプ役をますます果してほしい。
理容	長 野	政治的な支援(国、県の、政策的に業界が不利となるような施策の防止)
理容	岐 阜	県とのパイプ役として、組合へ助言 強力をお願いしたい。
理容	静 岡	消費者の衛生 抗菌意識の高まりがますます顕著になるか、理容業に対して衛生消毒指導の強化を要請する
理容	京 都	地道に加入を呼びかけるしかない。
理容	大 阪	理容師としての社会的地位について評価する、又は地位付けを考える必要性を考えたい。
理容	兵 庫	連携を強化していく。他、Sマーク等はアウト店と差別化をもっと広く、強く一般に周知する。
理容	奈 良	生衛業の情報を収集し、その業に合う分析、支援を行っていただきたい。消費者PRについても組合とタイアップして行ってほしい。
理容	和歌山	一般組合員の中には指導センターとの関わり方を理解できていない人が多いと思われるので、センターの必要性や存在感を積極的にアピールしていただきたい。消費者に対して、Sマークの認識を高めていただけるようPRにも力を入れて欲しい。
理容	鳥 取	新任のため勉強不足、今後勉強していきたい。
理容	島 根	より細やかな指導センター活動
理容	岡 山	密に連携を取り 情報の提供、指導をお願いします。
理容	山 口	組合の存在、役割等を営業者にPRしてほしい。組合活動をより活性化するためのアドバイスがほしい。
理容	徳 島	今後ますます行政との接点として重要になってくると思う よろしく願います。
理容	香 川	生衛業種団体とはいえ、全く異業種の集まりであるので、画一的な施策は見当たらないだろうが、融資事業の充実、表彰関係の平等、又、県 国への適切な働きかけは更に必要と思う
理容	福 岡	生衛面からもっと組合の重要性を員外者に伝えてほしい。一般の顧客に対し約款の重みをPRしてほしい

組 合	都道府県	組合からみて指導センターは今後どうあるべきか
理容	佐 賀	財源の確保が必要
理容	長 崎	今までどおりの立場の中で存在意義を果たしているど理解している。
理容	熊 本	各業種の要となったり まとめ役になって指導、支援に務め存在感を示し、存続につなげる様
理容	大 分	アウトサイダーを組織内に取り込む方策に重点的に取組んで欲しい。
理容	宮 崎	各単組より会費を徴収している現状から、センターの立場として、国からの補助事業の推進とは別に、当県自体の補助事業を進めて欲しい。
理容	鹿児島	標識(標準営業約款)の宣伝に力を入れてほしい。
理容	沖 縄	もっとやる気があってほしい
美容	北海道	免許制度維持により消費者に対する安心できるサービス(3S)を提供する店として業界の権威を確保、あるいは各組合への加入を促すアウトアプローチ策の具体的な検討と実行が望まれる。
美容	青 森	組合に対してもっと強力な効果的なリーダーシップのある施策を打ち出せないものかと思う
美容	岩 手	保健所との関係が希薄になった現在では、指導センターとの連携がますます重要となる。
美容	宮 城	組合が抱えている諸問題の解決に対して力がなご過ぎる、相談の力にならない。もっと行政に対して積極的に働いて欲しい。
美容	秋 田	理事長が出来る限り支部を訪問して加入促進に努めている
美容	山 形	指導センターになっていただきたい。(美容室経営について指導していただきたい)現在はセンター職員が少なく、連絡調査事業に追われている。
美容	福 島	現在のままで充分指導あり、ただし各単組との関係を密接にしてはどうか。
美容	茨 城	徳島県での結核集団感染は社会に大きなショックを与えた。本県はエイズ感染者全国3位という不名誉な問題も抱えており、衛生関係業者を指導センターあるいは生活衛生同業組合連絡協議会に強制加入させる手段が考えられないか。理由は、国民の日常生活に深く関わる業種として、「衛生講習会参加の義務付け」それに要する費用としての年会費徴収によって、指導センターの運営資金の一部となす事も可能かと思う。問題があった時に組合にだけ通知して残り65%の業者は「お構いなし」では会員から不満の声がでる。
美容	栃 木	行政として組合の価値、必要性を理解していただき情報提供、研修会の開催、また組織強化のための指導をお願いします。
美容	群 馬	組織の必要性と強化指導を行政に働きかけ、太いパイプ役になって欲しい。
美容	千 葉	衛生面の指導と組合加入店の安全、サービスのPRの支援。
美容	東 京	スケールメリットを生かした、組合員ニーズに合った事業を多く実施していくべきだと思います。
美容	富 山	わからない
美容	石 川	同業組合を束ねる役割もあることから未加入者への加入促進を強力に勧めてほしい。同業組合個々として活動できない部分のバックアップをするべき。調書等、予算消化の事業に時間をとられ、組合運営の現場をもっと解って運営すべきと思う
美容	山 梨	行政機関とのまとめ役。保健所との調整。県との調整連絡。生活衛生団体への指導。
美容	長 野	指導センターは、各組合の実状を深く理解し、行政等の深いパイプ役を積極的にやるべきである。
美容	愛 知	同業組合の社会的認知を高めるための協力体制をとっていただく。
美容	京 都	「営業指導センター」の意味合いが理解され難い。SeeLフェスタ、融資以外に常に何か連携を保てる施策を考えていただけたら。

組 合	都道府県	組合からみて指導センターは今後どうあるべきか
美容	三 重	指導センターの主な事業目的である生活衛生関連営業に対する衛生施設の維持、改善向上、経営の健全化、技能の改善向上、審査及び技能者の養成を効果的、効率的かつ広範に行なっていくうえで、各同業組合の組織率を上げていく方向で調査研究、指導を行なっていくべきである。
美容	大 阪	組合運営がスムーズにいくよう 情報、ノウハウの提供をこれまで以上に進めてほしい。
美容	和歌山	現状のままでよい
美容	鳥 取	今、国金融資は組合員のメットになっていない(国金以外から融資を受けている者が圧倒的に多い)。組合と指導センターの関係からも組合加入増につながる取組みを考えて欲しい
美容	島 根	組合活動を積極的にサポートする。
美容	岡 山	現在でも事業活動の推進に財源確保等のご助力をいただいているが今後とも協力にご支援いただきたい
美容	徳 島	業界全体の消費者に対する安全面の業務知識の指導と支援
美容	香 川	11各組合のことを知りたい。私の組合は、このような組合で、今この様な動きをし、将来この様にしていきたい、その様な情報交換をしながら自分の業界組合について考え、勉強していきたい。11組合で一つの行動をしていく。
美容	愛 媛	組合の相談窓口 役所とのパイプ役としての機能の維持 向上を望む。
美容	高 知	表面的な上下関係ではなく、各組合の現状をよく理解把握してもらい組合員のため親身のある指導センター となっていただくことを望む。
美容	福 岡	業界を発展させるための熱意に欠ける。時代の趨勢と消費者の利便に反しても業界を守る姿勢が必要。
美容	佐 賀	財源及び人的な面の確保が必要。
美容	長 崎	指導センターがどのような業務を行っているのか、一般の組合員にはよく分からない。経営相談員だけでなく、一般組合員が利用しやすい経営指導 研修について工夫 改善して欲しい。
美容	熊 本	行政における行政改革、規制緩和は単に費用の削減、諸事有料化に他ならない。指導センターがどちらの立場につくのが、今後の課題だと思う
美容	大 分	組合員には、自治体等からの通達や指導事項について組合を通じ徹底されるが、非組合員にたいする指導がなされていない。指導センターは非組合員と接触する機会が多いと思うので、組合加入に力をいれて欲しい。
美容	宮 崎	各地区での会合の参加
美容	沖 縄	他組合との情報交換等の橋渡し、各事業での連携を深くする。
興行	秋 田	組合加入のメットのパンフレットを作ってほしい
興行	福 島	歯に衣着せず、現実を直視したものの言いをしてほしい。国や県に対してもっと強気に主張をしてほしい。
興行	栃 木	日常連絡を密にし適切なご指導を受けており 組合としては予見される問題もない。
興行	群 馬	現状維持
興行	千 葉	今までどおりでよいと思う
興行	東 京	行政からの情報を早く下に流して欲しい。
興行	神奈川	異業種の各組合に共通する問題をテーマにした積極的な指導。 各組合を定期的に訪問して個別の実態把握を行うこと
興行	新 潟	無くても良い
興行	富 山	いらない

組 合	都道府県	組合からみて指導センターは今後どうあるべきか
興行	長 野	現状でよいと思う
興行	静 岡	参加している組合によって、活動内容が異なっているので、全組合団体が共通に利用、また活動できるものを考えて欲しい(例、全県利用の会員カード発行等)
興行	愛 知	積極的な指導助言を期待します。
興行	三 重	規制緩和の流れもあり各業種とも企業によるチェーン化が進むのでセンターの立場もさびしくなると思う 存在感をいかに出していか知恵の出どころ。
興行	滋 賀	各組合に対しての情報提供に力を入れるべきと考える。
興行	大 阪	現状でよい。
興行	兵 庫	今迄どおり いろんな情報等を細かく指導していただきたい。
興行	山 口	当組合は専従事務所、職員なしの組合員の持ち回りで事務局を維持しており その分情報収集等手の回らない部分が多々あり 現在もセンターには大変お世話になっているが、今後も当組合の活動にお手伝いを頂けたらと考える。
興行	香 川	情報力、指導力を強化し、より一層頼れるセンターになって欲しい。
興行	愛 媛	組合に対する情報提供 指導の面で、より一層の強化を望む。
興行	高 知	現状でよい
興行	福 岡	国の窓口として、今まで以上にパイプ役を果たしてほしい
興行	宮 崎	小さい興行協会にももっと目を向けて欲しい。文化活動も兼ねていますので、映画を利用すれば、もっと一般の方にも指導センターの役割が理解出来るのではないか。
旅館	北海道	北海道内一円で経営や税務などの知識を向上させるための講習会等を実施し、組合員に浸透させていくべきである。
旅館	青 森	生衛業の取り纏めをする組織として、各団体の声を反映した事業をしていって欲しい。また、生衛業共通の講習、研修等の実施を望む。
旅館	秋 田	生衛団体をまとめる役目は果たしているものの、経営等の個別指導等は当組合では必要性をあまり感じない
旅館	山 形	組合活動(事業の充実)に対する助成の充実
旅館	茨 城	金融面での借入金利を、もっと低金利で有利な条件で運用できるよう 業界のために関係機関に働きかけ願いたい。
旅館	栃 木	各生衛組合の総合的指導機関であるので、今後とも存続を強く望む
旅館	群 馬	予算の縮小から現在の事業が中途半端になってしまう心配があるので、取捨選択して真に指導センターが行う必要性と効果を明確にして実施するべきである。むしろ、県との連携協調を更に進め、生活衛生についての業界指導行政の一端を担うことを重点に置くべきである。
旅館	埼 玉	業種別の適切なアドバイスや情報の伝達など将来のあるべき姿などについて指導を期待する。
旅館	千 葉	生活衛生業界全体のニーズを事業に取り入れて欲しい。
旅館	神奈川	現状維持でよい
旅館	新 潟	県との連携強化
旅館	富 山	業界のための役割がみえない
旅館	福 井	現状でよい
旅館	長 野	保健所等、行政への働きかけ強化。受動でなく能動的に
旅館	岐 阜	各組合の存続に全力を傾注すべき指導的立場にあるべきで、現状の認識不足！組合が無くなれば存在価値がなくなる。
旅館	愛 知	生衛組合連合会と一体となった指導体制をとってはどうか。

組 合	都道府県	組合からみて指導センターは今後どうあるべきか
旅館	三 重	組合事務局の教育に重点をおいて指導いただきたい。
旅館	大 阪	特に何をしてほしいということはないが、指導センターの活動状況をもっと知らせてほしい。
旅館	兵 庫	従来から広範多岐に亘り 協力、指導を頂き感謝しているが、今後は、従来より一層踏み込んだ、具体的かつ詳細な事柄についても指導願いたい。 例 組合職員の労働条件の整備等についての助言や指導
旅館	和歌山	業界にとってメリットになる事業を積極的に展開する。
旅館	鳥 取	業界へメリットのある事業の実施などは困難と思う 県(行政)と業界との仲立ち的な役割を願う
旅館	岡 山	他業組合の情報が欲しい(全国レベルの)センターHP を充実させ、業界支援の積極化をのぞむ。
旅館	愛 媛	組合に対する情報提供 指導の面で、より一層の強化を望む。
旅館	佐 賀	センターも財源を確保する必要がある。
旅館	熊 本	全国のユニークな営業による成功例や繁盛店情報入手、組合へフィードバックしていただくなど、組合及び組合員の自己啓発を積極的にすすめる、業界の活性化を促してほしい。大企業に比べ中小零細企業は大変疲弊していて、このままでは生衛業界全体の存亡さえ危惧される。指導センターは営業支援事業に力を入れるべきだと思う(早急な営業支援策の策定)
旅館	大 分	県との緊密な情報交換が出来る場所であり 県とのパイプ役として各組合との連携を十分に図っていくことが重要である。
旅館	鹿児島	組合に対して指導 助言を含め、もっと交流を活発にし積極的に行動してほしい
旅館	沖 縄	センターの役割は、業界の指導が目的であり 積極的に業界指導を進めてほしい
浴場	北海道	従来どおり適切なご指導をお願いしたい。
浴場	青 森	各組合の共通する課題を取り上げ、組合をリードする立場で事業展開をして欲しい
浴場	岩 手	異業種の情報提供に努めること
浴場	宮 城	生衛組合員に対して経営指導又情報強化
浴場	福 島	現在の事業内容に満足しており 感謝申し上げたい。各組合と指導センターとの情報交換会議の開催等検討してもらえば。
浴場	千 葉	県、国と組合間のきめ細かな連携を今以上にとっていただけるように希望する。 一般組合員と指導センターとの直接的なつながり(経営相談等)をより一層充実させることを希望する。
浴場	東 京	各組合の定款、組合員名簿、決算報告書等の備え付けをしていただき、東京都に提出する決算報告書、定款変更、役員変更等の届出に際し、一度チェックを入れてもらえるようなことができるといい。現在実施しているII講習会の初心者コースの開催回数や開催場所を広範囲にしてみたい。
浴場	新 潟	業種により指導内容が異なるので、なかなか難しいと思われるが、具体的な指導を望む。
浴場	富 山	指導センターの顔が見えない
浴場	福 井	現状のままでよい
浴場	山 梨	以前より指導センターの役割が重要に感じ、組合は現在大変お世話になっている。県とのパイプ役として、また全国の情報を組合に中継してほしい。
浴場	長 野	組合個々の課題を指導センターとしてどこまで対応してくれるのか、対応してくれないのか不明である。
浴場	岐 阜	今後とも強力な指導 協力を望む。
浴場	静 岡	現状のままで良いと思う

組 合	都道府県	組合からみて指導センターは今後どうあるべきか
浴場	京 都	事業活動の指導を継続して行い、連携を深める。
浴場	大 阪	健康モデル入浴で特にご支援いただいているが、今後ともよろしく願いたい。
浴場	兵 庫	現状でよい。
浴場	奈 良	生衛業界の情報提供をより促進するべきである。
浴場	鳥 取	今後とも経営指導、活用方策の指導を願いたい
浴場	岡 山	やはり もっと小さな組織にしてほしい。削減した費用は、補助金の増額に廻してほしい。
浴場	山 口	各組合に対して、さらなる情報提供と組織の強化指導を願いたい。
浴場	徳 島	生衛組合の中でも斯業界は特殊であると思われる。全国的に毎年 2割強の廃業者があり 存続に対してもっと積極的な指導、助成等検討願いたい。
浴場	香 川	従来どおり指導・支援を願いたい。
浴場	高 知	国、県、市の施策の施行にともなう指導強化。
浴場	福 岡	健康入浴推進事業に対して生活衛生課、保健所等との共同呼びかけ等をして頂きたい
浴場	熊 本	指導センターは適切に業務を遂行されているので、今のところは何も思いつかない
浴場	大 分	融資や、行政との連絡等細かく指導してもらっているので、今まで同様に、これからも願いたい。
浴場	宮 崎	私たちの公衆浴場業組合にとって、なくてはならないセンターである。今後とも維持・管理等に関するいろいろな情報を仰ぎたい。
浴場	鹿児島	行政等への要望がある時に、要望が通りやすいように、間に入ってほしい。
浴場	沖 縄	サウナ・岩盤浴の別途組合を立ち上げては
クリーニング	山 形	指導センターの存在意義を県幹部共々真剣に考え、指導センター本来の仕事が可能な状況に保つべきである。
クリーニング	茨 城	最近是指導センターから、いろいろと組合への情報の提供があるので、業界の情報とあわせて活性化が計れるのではないかと思う
クリーニング	群 馬	茨城県等では、ポリ容器リサイクル法について、指導センターより助成金があり、ポスター等を作成したとの情報があるが、群馬ではどうか？
クリーニング	千 葉	助言、指導等、特に助成金について配慮願いたい。
クリーニング	東 京	全ての生衛組合が今後も生き残れるよう 行政との間に入って、各組合を全面的にバックアップできる体制を今後整えて頂きたい。
クリーニング	神奈川	組合を積極的に指導してほしい。
クリーニング	新 潟	今までどおりで良い
クリーニング	富 山	指導センターはわからない
クリーニング	石 川	積極的にサポートしてほしい。
クリーニング	福 井	短期間で経営指導員が交代しているが、もっと長期のローテーションで配置すべき
クリーニング	長 野	組合事業として、国、県へ協力事業を働きかけて、もっと運営費を申請して欲しい。
クリーニング	愛 知	組合では出来ないような事業をまとめること。行政とかけ橋となり、大きな事業を代理して行う
クリーニング	三 重	数多くの情報を提供していただきたい。
クリーニング	京 都	正に情報化時代。今後とも各生衛業に共通する消費者ニーズの変化等をいち早く情報提供できるシステムを構築してほしい。
クリーニング	兵 庫	他業種との交流がもう少しあってほしいのではないか。
クリーニング	島 根	組合員拡大のサポートを願う

組 合	都道府県	組合からみて指導センターは今後どうあるべきか
クリーニング	鳥 取	生衛業を統括し顧客の囲い込み、他業種との連携の推進。非組合員に関する情報の提供。
クリーニング	広 島	組合の役立つ情報提供を積極的に、組合の維持運営のための助成措置
クリーニング	香 川	講習会 研修会に多くの人出席できるように工夫して欲しい。
クリーニング	愛 媛	組合と指導センター間の意思疎通を図り 情報提供の充実強化が必要である。
クリーニング	福 岡	現状でよい
クリーニング	長 崎	業法 税 金融等、組合員にプラスになるようにもっと情報を流していただきたい。
クリーニング	熊 本	行政に対して生衛組合の活動協力を強く要請して欲しい
クリーニング	宮 崎	現在指導センターとは密接に連携しており 現状で良い。

( 9 ) その他 ( 自由意見 )

組 合	都道府県	組合の自由意見
麺類	北海道	組合の合同事務所設置による経費節減 効率化を検討願いたい。
麺類	富 山	どうして組合に加入しないかの理由についてアンケートをとってほしい。
麺類	石 川	高齢化等で活動をするにも参加が少なく、後継者難で若い方の参加が少ない組合
麺類	長 野	全県的な組織になっていない上に、支部組織が地域によっては脆弱なため、思うような事業ができない。
麺類	三 重	指導センターという何やら堅苦しい様に思える。個人情報漏れる心配もある。
麺類	大 阪	各設問の回答は現実的でなく、希望的、理想的な部分が多いと思われるが、指導センターと組合がより結束して高い目標に向かって努力することが重要課題である
中華	秋 田	指導センターにはいつも感謝している
中華	茨 城	指導センターが主催で、昨年度より実施しているヘルシーメニュー等講習会は、我々業界にとって大いに参考になっているため、今後も定期的開催をお願いしたい。
中華	群 馬	組合に加入している人達は年配者が多い。若い人達は組合(団体行動)を嫌う傾向がある。飲食店の場合は組合に加入していなくても営業が容易である。
中華	千 葉	上部団体「全国中華料理生活衛生同業組合」があり 各都道府県22の単組があり 毎年主幹組合が全国大会を開催しているが、現在の千葉県組合には組織的活動もなく、他府県の組合活動は垂涎の極みである。
中華	東 京	広報紙の発行について、基金もなくなり 広告収入も思うようにならない現状から、赤字発行になってしまう 広報紙は組合員をつなく重要なものであり、なんとか継続していきたい。補助策はないだろうか。
中華	愛 知	誰が何を指導するのか、センター設立当時から私は指導センターという名称は、如何にも官尊民卑を想わせるとしている。こんな名称は今日の民主主義の時代には通用しないのではないか。
中華	京 都	研修会、講習会を精力的にお願いしたい。
中華	大 阪	以前から行われている行事で、必要なもの、そうでないものを見直す時と思います。
すし	山 形	我々業界は、衛生面では保健所あるいは各地区食品衛生協会より指導を受けている。なかには直接県の方からの衛生指導も入ったりする。重複するものもあるが、「もったいない」と感じる事もあります。
すし	福 島	指導センターの皆様には大変お世話になっており、今後もよろしく願います。
すし	埼 玉	県補助金の増額により、生衛業の活性化に連がる補助制度の創出をお願いしたい。
すし	千 葉	生衛法を時代に適合したものに改正して欲しい。
すし	東 京	各組合の負担となる事業は極力縮小して欲しい
すし	神奈川	すし、そば、理容組合などではボランティアで慰問事業を行っているが、東京都のように「すし券」を行政に買い上げてもらうなどができれば、もっとボランティアの慰問事業が活発にできる。現状では組合員同士の共同作業もなく団結心も薄くなっている。
すし	山 梨	組合存続について上部機関で検討対策を講じてもらいたい。
すし	愛 知	生衛組合は法令に基づく特殊な法人であるため、運営実務に関する参考資料が見当たらない。運営実務に関する参考書の発行又は研修等の実施をお願いしたい。
すし	兵 庫	新規開店する店舗が保健所に営業許可証を取りに行った際に各組合に加入の必要性をアドバイスするよう指導センターとして保健所に働きかけて欲しい。
すし	鳥 取	組合員とアウトサイダーのメリット・デメリットがもっと明確になればと考える。
すし	香 川	国、県等より組合に対する調査ごとなどがあつた場合は、直ぐに事業なら報告を行なっていると思うが、組合員のやって欲しいことが国、県になかなか届かない。

組 合	都道府県	組合の自由意見
すし	徳 島	組合員の高齢化、後継者難による廃業が年々増加している。
すし	沖 縄	フランチャイズチェーン店等の経営形態において独立性のある支店の場合は本店以外にも組合加入可能と見越す方策を検討してほしい
料理	千 葉	料理業についての分類が国(県)及び指導センターはどこに視点を置いているのか。風俗営業の接待行為(警察権)飲食業の接待行為は同様かと思う
料理	東 京	飲食業組合の業種区分を見直し、生衛組合として統一し、そのなかで業種別の専門部会を設けるようにすべき
料理	岐 阜	飲食 8業界の同一化組合の設置についてセンターの指導を待つ
料理	京 都	組合員の事業活動よりも、行政からの法律の改正等、難解な内容の通達が多く、中身よりも形ばかりに追われているのが現実。今後、事務局員の能力が要求される。
料理	岡 山	「おぞら」の新聞でなく、振興事業、消費者向けの事業を指導センターが中心になって計画していただきたい。
喫茶	山 形	組合事業に関し、行政の指導が強すぎて思うように活動できない部分がある。単組の事情による考えも汲んで欲しい。特に脆弱な組合ほど大変である。
喫茶	埼 玉	生衛業は小規模組合が多く、行政側がもっと具体的に組合活動に支援すべきである
喫茶	東 京	組織の拡大策はなかなか困難でもあり、拡大ばかりでなく、少数精鋭で組合を維持活動して行くことも考える必要があるのではないか。
喫茶	福 井	政策金融機関の統合に伴い、現在、組合員に対し有利な制度となっている振興事業貸付が廃止されることがないようお願いしたい
喫茶	三 重	生衛業界(特に中小経営者)に対する行政的支援が必要。
喫茶	鳥 取	年配の方への情報提供(融資も含む)を分かりやすく(年寄り)の組合員さんはインターネット等見ていない人が多い。) )
喫茶	岡 山	組合の現状を理解して我々の指導される立場であるべきセンターが、存続と事務職員の待遇を保持することに必死で、生衛組合のための機関だとの認識 計画に欠けると感じている。行政の立場から考えるばかりでなく、民間職員を採用すべきである。
社交	北海道	基本法の制度趣旨は、どちらかといえば利用者・消費者保護が主目的であり、組合及び組合員に対しては義務規定ばかりが目立つ。利用者あつての営業であれば、全て組合員の負担において組合を運営するのは当然かも知れないが、行政目的を達成するためには、何らかの公的負担も必要ではあるまいか。各組合連合会の運営費は全額を国が負担、各都道府県の組合で専属の事務担当者を置く場合には、その人件費の何割かを地方費(交付税対象)で助成する方向で検討願えないか。当組合の加入率は2割程度で100%近い加入があつてこそ行政目的は達成される。
社交	栃 木	生衛業各業の個人営業者において後継者問題を抱えているが、各業組合役員の世界交代による後継者問題も今後の組合運営に大きく影響してくる。
社交	福 井	組合幹部の資質の向上を図るとともに、行政などへの依存体質から脱却し、自助努力と再生への意識改革が必要
社交	愛 知	後継者の不足と組織の取組み(5~10年後を見据えた)、地域の観光資源-コンベンション機能の強化(IT活用)
社交	京 都	組合員にも問題有。提供された情報を活かしていないし、活かそうともしない。姿勢を正す必要有
社交	岡 山	規制緩和するばかりでも組合が成り立たないと思う
社交	愛 媛	組合のパソコン活用やトラブルを指導できるパソコン指導員を指導センター配置して組合の情報処理業務を支援して欲しい。
社交	熊 本	行財政改革による各機関の統廃合は、一口で表現すると、行政側の勝手な方策である。行政とは、国民の生命と財産を守る為の機関で財政面が苦しくなると少数派や地方を切捨てるのには納得できない。他に無駄や合理性を欠くものがたくさんあり全面的に見直していただきたい。国民(市民)の立場で血の通った施策を望む
飲食	石 川	センターの役割等を、生衛組合(役員等)に理解を深める機会を設けると良い。

組 合	都道府県	組合の自由意見
飲食	埼 玉	自己責任、規制緩和の時代。組合経営は苦難の連続である。組合の若返りのため、組合の統合・統一に対して、行政からの指導・側面からの援助がほしい。
飲食	神奈川	広い視点で、飲食店文化が日本の発展に大きく寄与してきたことを深く認識し、個人店舗が営業していける指導を期待したい。
飲食	長 野	特に最近の業態が外国人の進出による営業者の増加等で問題点があり、今後の対策が必要不可欠である。
飲食	愛 知	組合員が毎年大幅に減少している。このままでは組合の存続自体危ぶまれる。対策を考える必要があると思う。
飲食	三 重	指導センターとの連携がバランスよくとれている。
飲食	鳥 取	組合員減少による財政逼迫に対する対応策 加入促進（なかなか難しい？） 組合費の増（組合員減少につながるかも？） 自主事業及び自主財源の確保（どこまでやれるか？）
飲食	岡 山	指導センターは、何のための機関か？と大多数に尋ねられていた。周知の必要ありと感じた。景気上昇の情報とは逆に悪化しているようである。組合に意義を感じられない分、脱退は加速の可能性大で、活性化につながる組合活動及び情報が必要と感じた。
飲食	香 川	廃業になり脱退が多いが、後継者が育つ魅力ある業界にしていきたい。賦課金の軽減をお願いします。
飲食	長 崎	国金の融資で運転資金の貸付をできるようにしてほしい。
飲食	大 分	組合員のメリットとして ホテルやリゾート施設の割引等を考える。弁護士や税理士を軽負担で利用できる等方法を検討できないか。
食肉	岩 手	大型店の過剰な出店により小売専門店は生残れない。
食肉	栃 木	組合員は行政庁の保健衛生行政対応のために組合に加入している感が強いので、もっと組合独自の施策対応を願いたい。
食肉	長 野	以前、県内持ち回りでイベントが開催された。通常、イベントといえば、長野市や松本市が多いと思うが、佐久市や伊那市で開催した時、地元の会員が積極的に参加協力し、また、他業種との交流も有意義であったとの感想を述べてくれた。あのような催しの機会があるとよい。
食肉	愛 知	規制緩和と競争の原理は食肉組合にはなじまないと思う。地域の市場(商店街)が消滅したことが犯罪の一因となっていると思う。
食肉	三 重	会員の減少が続くなか、組合が先細りしていく。良い事例があれば教えて欲しい。
食肉	徳 島	非出資で収益事業を行わない組合は、任意組合扱いとして法人住民税を免除されたい。
食肉	高 知	例えば、セミナー等を企画しても組合員の参加者がほとんどない。
食鳥肉	東 京	現在の指導センターは、理容・美容・クリーニング等の講習会等に力を入れている感がある。一方、食品業界に対して何の政策もない現況は寂しい限りである。出来れば、食品衛生協会とも業務提携し事業の活性化につながるような策を考えて、均衡ある力の配分を願いたい。
食鳥肉	大 阪	この度の見直し改革で、規制緩和は必ずしも中小企業に有利なものではなく、金融、経済、規制等数々の制度につき詳細に改革前と改革後の差の見直しをしてもらいたい。
食鳥肉	兵 庫	弱小组合に何が出来るか…。低予算の中でそれぞれの店舗が地域社会との共生ができるようにしたい。
食鳥肉	岡 山	学校給食の納入等も牛・豚は食肉組合が納入し、鶏肉は食鳥組合が納入出来るようになれば食鳥組合の組合員も増える可能性がある。
食鳥肉	徳 島	民間はしばらく自由競争の名の基に混乱が続くと予想される。現場の実状を把握して、少しでも先に見える業界指導を期待したい。
冰雪	東 京	この調査により、指導センター、組合活動が充実できるようによりよい政策をお願いしたい。

組 合	都道府県	組合の自由意見
氷雪	愛 知	指導センターは、小さな組合を始め組織の充実を計るために活動してほしい。
理容	秋 田	スマ - ク標準営業約款の登録を義務付けする事は消費者保護の最もよい対策である(賠償加入しているため)
理容	福 島	安売店の乱立が目立ち理容本来のサービスや安全・安心の衛生面についても気になる状況下にある。
理容	茨 城	組織の人数の多い組合に、表彰・叙勲等の恩恵を計ってほしい。
理容	埼 玉	組合員は、営業指導センターがどのような機関かあまり知らない。広報用のパンフレットを作るなどして周知されるよう望む。
理容	石 川	営業約款について、対消費者に対する告知等に力を注いでいただきたい。
理容	長 野	標準営業約款登録促進に、公共広告機構の利用を全国理容組合連合会 常務理事会にて要請した。指導センターにも援護願いたい。
理容	静 岡	スマークの認知度をさらに高めるよう要望する
理容	大 阪	組合の今後のあり方について
理容	和歌山	営業約款の加入者と非加入者の格差はあるのか。加入者に対し目に見えるメリットがほしい。
理容	鳥 取	個々の組合員や各支部等との連携を強化し、組合の事業促進に協力して頂けるよう頑張りたい
理容	岡 山	標準営業約款を消費者に理解していただけるよう、より良いPR方法はないだろうか。
理容	山 口	組合として活動するスケールメリットがあるにもかかわらず組合脱退者が続く。諸費者情報の活用も考えたい。
理容	徳 島	約款を絵に描いたもちにしないためにもっと柔軟に運用、対処出来るように加入率を良くする為に何か得した気持ちにさせるものはないか。
理容	福 岡	規制緩和による自由化が進み、理容界全体(特に若い世代)で規律を失いつつある。その中で業界を守り、役割を果たしているのが組合であることを組合員及び員外者にわかってもらいたい。
理容	宮 崎	指導センターの定められた法律・行政指導事業は当然の事であるが、それだけではどうか。異業種間の指導・補足は大変難しいとは思いますが、何か異なった行き方を望む。
理容	沖 縄	マスコミを利用してほしい。やる気・勇気・元気!
美容	青 森	組合の支部と県の活動がバラバラなところもあり、一体とならなければ強力な組織になりえないが、それは役員意識に頼るしかない。
美容	岩 手	保健所での健康診断を復活させ、同時に組合員が献血活動へ協力
美容	宮 城	行政の窓口となり、気安く対応、相談等の相手になって欲しい。
美容	山 形	・センター職員を増やして、初期の目的が行えるようにして下さい ・当組合では平成18年度全国センター補助事業で「地域美容センター構想」をまとめたが、指導センターの位置付けが大切と思っている。 指導センターが保健所の業務委託を行えるようにすると三方よしの施策となると思う
美容	茨 城	県、行政は組合組織をどのように見ているのだろうか。必要な組織なのだろうか、あるいは自分たちで維持できなければなくてもよいと考えているのだろうか。組合設立には、県下全同業者の3分の2以上の加入が条件となっており、一度解散したら再立ち上げは不可能と考え、役員一同努力しているが、行政のスタンスが見えにくい。
美容	石 川	今後の予算の縮小等考えれば、その活動・運営がもっと同業組合だけでなく、消費者を巻き込んだ活動の実績を上げる必要があるのではないか。
美容	長 野	標準営業約款の脱退が年々多くなる現状を深刻に受け止め、「登録して下さい」ではなく、「貴店は登録できますよ」と言える様にするべきと考える。「お金を出せば登録できる」ではもう無理。保健所の立入指導の権限を組合に委嘱してもらおうのも一案かと思う

組 合	都道府県	組合の自由意見
美容	千 葉	情報を早くらせて欲しい。
美容	京 都	組合員店舗には「安心マーク」の無料配布を考えてほしい。組合加入のメリットとなるように。学卒＝免許取得も結構であるが、即戦力でないところに「最低賃金」を保証しなければならず、このままでは学校、業界等し賃となる。議員立法の名の下に業界に説明のないままに勝手に今の美容師法とした当時の環衛議員の責任として、活力ある業界にするためにモインターン制度の復活を内容とした美容師法の見直しを要望する。
美容	鳥 取	お客さんに長時間接触する業種であり 結核菌その他の強い感染菌が問題視されている今日、従事者の健康管理、衛生管理の徹底が求められるべき。規制緩和、自由競争の推奨のもとに、衛生管理面をおろそかにする今の方向は理解できないし、大変な事態が生じるのではと不安を感じる
美容	徳 島	組合員の年齢格差への対応。組合員の減少、高齢化の問題を最優先に抽出して、組合活動の照準を青年部に当て、ベテラン組合員が安心して組合に所属していただけるような組合を作っていくことが必要。
美容	香 川	11組合を消費者に理解して頂くために、PR(テレビ等で)してはどうかと思う
美容	熊 本	自由競争のもとでは、美容業界は中小企業が殆どで、資本力の大きなものが参入してきたときどうなるのか
美容	大 分	各生活衛生同業組合を全体的に把握していると思うが、個々の組合の中にも少し入って行って欲しい。
美容	沖 縄	・公庫借入れ組合員の脱退防止策。 Sマークの加入促進策としてメリットの必要性を具体的に提示してほしい。
興行	茨 城	我々生衛業界のための、国民生活金融公庫の資金の融資条件が緩和され、もっと利用しやすい状況にしていきたい。
興行	栃 木	シネコンと在来館の力関係から共存共栄策は至難であるが、地域に根ざした在来館の活性化が特に要求されるため、近距離にいる顧客の誘引に重点を置き活路を拓く努力をしたい。
興行	福 井	現在のところ、特に課題や問題もなく、組合員が協力的にイベントなどの行事に取り組んでいる
興行	山 梨	個人、中小企業の相互扶助的な性格をより鮮明にしてもらい、大資本・大企業に負けない業種、業界にするため、指導センターを中心に頑張りたい。
興行	長 野	映画興行と言う特殊な事業は、商品を並べて販売するのと違って、出来上がってきたソフト(フィルム)を大衆が観て戴けるか否かで収益が決まる。近年、シネコンが各地に出来て業界が変容してきた。
興行	静 岡	生衛13業種が同じ目的を持って活動できるものを積極的に立案して欲しい(全国生衛会員カードの製作など)
興行	愛 知	会社法等に関して備えていかなければならないこと等について教示を願いたい。
興行	広 島	色々サービスをやっている中で、毎週水曜日のレディースデーが一番好評であり 効果が出ている
興行	愛 媛	信頼関係を築いていくためにも相互交流を深めるべきである。
興行	熊 本	シネコンの台頭による既存館の減少で今後の組合活動に懸念を感じる
旅館	栃 木	各生衛組合とも基盤の強化を図っているが、今後ともさらに横断的な協力体制が必要と思われる。(財政的な面から事務所、事務職員の一元化等)
旅館	埼 玉	公共用地の一部を借用して、旅館ホテル会館を建設したい。
旅館	神奈川	組合員はシティ型とリゾート型に分かれているため、ひとつの事業を展開するのが難しい。
旅館	福 井	宿泊施設部分に対する固定資産税の減免をお願いしたい
旅館	和歌山	アンテナを高くし 情報の入手につとめる

組 合	都道府県	組合の自由意見
旅館	兵 庫	多くの役員は組合運営に対しボランティア意識に止まっている。組合を強化或は、旅館業界が抱える問題をあらゆる手段をもって解決するという確固たる意識改革が望まれる
旅館	鳥 取	他の生衛業者と経営規模等が実質的に異なる業者も多く、センターと一体の連携活動等が困難で、関心が薄い
旅館	徳 島	大資本の参入（侵攻）に関して何すべなく地域経済は守れるのだろうか、発展できるのだろうか。
旅館	福 岡	振興事業助成事業において、その対象が限定的、画一的である。例えば組合の存立の基盤である組合事務所に維持・運営に要する経費や組合総会の運営に要する経費もその対象として認めるなど柔軟な対応を希望する
旅館	長 崎	中小企業、とりわけ生衛業界に対する政府・県又は市あるいはその団体からの助成制度があれば広く知らせて欲しい。
旅館	大 分	各組合の組合員減少の大きな要因は、組合加入のメリットがないことである。このメリットを県の協力で出せるものがあれば加入者は増える。例えば、組合加入により県のHP等に自由に広告を出せれば加入者も増えてくる。ツーリズムでも可能・・・要はメリットが必要。
旅館	鹿児島	各組合とも組合員の減少など問題が山積みであり、特に財政面が非常に厳しい。早急に支援策等を検討して欲しい。
旅館	沖 縄	本土チェーンホテルの進出が増加傾向にあるが、組合加入が少なく、地元イベント等へも協力が少なく地域貢献度の不公平感があり、検討すべきだと思う
浴場	岩 手	全業種の情報をパソコンに入れ情報提供をして欲しい。
浴場	福 島	設備の老朽化又は後継者問題に不安を抱え、先行き不安の声が多くの組合員より発言があった。
浴場	千 葉	今回の健康入浴推進事業は組合員の身近な問題と同時に、今まで中途半端な課題に取り組んできたので大変役立ったと思う。今度とも、このような課題を立案していただけることを望む。
浴場	福 井	スーパー銭湯の出現やスポーツ施設、福祉施設にも大浴場が併設されており、利用客が減少している。高齢化社会が進展するなかで、地域と密着した一般公衆浴場の在り方について、何らかの対策を検討頂きたい
浴場	岐 阜	格差社会の是正を希望する。
浴場	京 都	組合員（公衆浴場業）の減少対策が必要である。
浴場	鳥 取	三年後には鳥取県浴は8業者しか残らないだろう。独居の高齢者の保健衛生についてどうすべきか行政と話し合いたい
浴場	徳 島	スーパー銭湯規制が出来ないかどうか、当県でも乱立ぎみである。また、デイサービスは本人負担1割、後の9割は自治体が負担している。もっと銭湯を活用出来る方策があるのではないか。我々は9割分の税負担をしながら顧客を獲られている。1人分のデイサービス負担分で約30人の老人入浴が出来る。
浴場	大 分	現在の組合員の半数は後継者難で、しかも、昨年度からの燃料代等の高騰で廃業を考えているところも多く、行政の助成等を是非考慮してもらいたい。
浴場	宮 崎	現況厳しい時代であるので、今後とも指導センターの指導のもと、組合の維持や効率的な管理を行って行きたい。
浴場	沖 縄	入浴・健康を打出したいが、PR、広報活動の資金が無い為難しい。
クリーニング	茨 城	最近思うことは、今日若者の考え方が変わっていることと、機械化の時代が進み手作業での仕事が少なくなっていることから、お客様への細かいところまでのサービスができなくなっているように思われる。
クリーニング	群 馬	来年は生衛組合創立50周年を迎えるので、組合事務所の改築を予定しているが、行政からの助成はあるか？
クリーニング	埼 玉	保健所との連携を深めて行きたい。

組 合	都道府県	組合の自由意見
刈-ニング	神奈川	組合財政は大変苦しい状況にあるが、政治関係のパーティが負担を増している。
刈-ニング	新 潟	他県との交流が欲しい
刈-ニング	山 梨	財政上組合を運営することが厳しくなり 組合費を安易に値上げすることができない。組合費以外に事業収入を得ることを考えていかなければならない。
刈-ニング	愛 知	小規模な同業者が中心の生活衛生同業組合は、これからもっと高齢化と後継者難に直面している。その中で組合の果たす役割はより一層大きな影響力を持つ必要が有る。
刈-ニング	京 都	今まで以上に各生衛組合との交流の場がほしい。
刈-ニング	香 川	業務従事者に対する講習・レポート提出について見直す必要がある。
刈-ニング	愛 媛	業界の活性化対策の強化充実を望む。
刈-ニング	熊 本	組合は組合員の減少に歯止めがかからず、存続の危機にあり 組合の必要を多くの人にアピールすることが大切である。
刈-ニング	宮 崎	各組合と指導センターは良い関係にあり 特に問題は無い。私的考えではあるが、指導センター理事長の任期が原則「1期 2年」では短か過ぎるのではないか。せめて2期ぐらいは良いのではないか。

### 3 非組合員の生衛組合・都道府県指導センターに対する意識（訪問調査）

#### [対象者プロフィール]

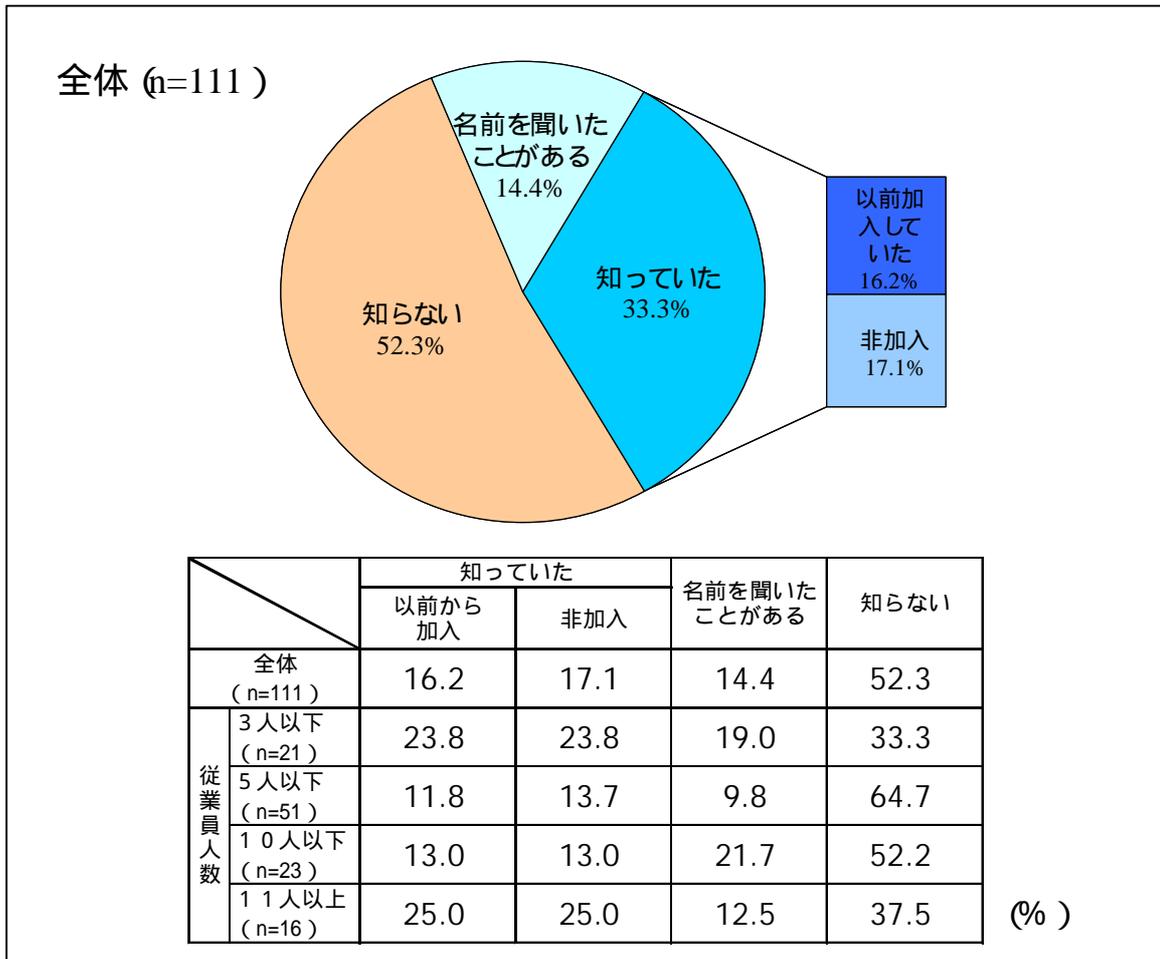
(%)

営業 エリア	東京都	神奈川県	千葉県	埼玉県		営業所の 立地環境	都市部	郡部
	45.9	17.1	18.0	18.9			97.3	2.7
業種	飲食	すし	めん類	中華料理	社交	料理	一般飲食	喫茶
	50.5	2.7	6.3	12.6	3.6	1.8	19.8	3.6
	その他	食鳥肉	食肉	理容	美容	旅館・ホテル・簡易宿所	クリーニング	
49.5	1.8	9.0	12.6	9.0	5.4	11.7		
性別	男性	女性		年齢	40歳未満	40歳以上60歳未満	60歳以上	
	66.7	33.3			12.6	48.6	38.7	
経営 形態	個人経営で生衛業 を専業	個人経営で生衛業 以外を兼業	法人経営で生衛業 を専業	法人経営で生衛業 以外を兼業	わからない/拒否			
	89.2	3.6	4.5	1.8	0.9			
従業員 人数	3人以下	5人以下	10人以下	11人以上				
	18.9	45.9	20.7	14.4				
営業歴	5年未満	5年以上10年未満	10年以上20年未満	20年以上				
	17.1	11.7	15.3	55.9				

- ✓ 生活衛生同業者組合非加入者（社）は回収ベースで、飲食とそれ以外がほぼ半々となった。
- ✓ 食肉関連業者は非加入者が少なく、該当者がいなかったが、追加訪問で9%を確保している。（組合加入が商売上の必須要件とのことである）
- ✓ 性別では男女比が2対1と、飲食関連業種特性のためか、男性が多かった。
- ✓ 年齢は、40歳未満が12.6%とすくなく、40～59歳で半数を占めた。
- ✓ 経営形態は、そのほとんど（89.2%）が、個人経営の専業であった。
- ✓ 営業歴は、20年以上の人が55.9%と多く、次いで10年未満が38.8%であった。
- ✓ 営業所の立地だが、都市部と郡部を均等な割合になるように努めたが、都市部が9割以上の結果となった。実態は郡部に近い営業所でも都市部としてカウントされている可能性もあることに注意されたい。

( 1 ) 生活衛生同業組合について

生活衛生同業者組合認知度【訪問調査】



- ✓ 「認知者」は全体の1/3 (33.3%)で、「名前を聞いただけ」(14.4%)程度の認知レベルの人と合わせても、半数に満たなかった。
- ✓ 認知者の半数(16.2%)は「以前加入していた人」で、残りの半数(17.1%)が現在「非加入」ながらも、組合に関する何らかの知識があると考えられる。
- ✓ 従業員数(経営規模)別で見た場合、最小規模グループ(3人以下)と大規模グループ(11人以上)での組合認知が高い結果となった。

注：サンプル数が100程度と少なく、業種構成も母集団の代表制があるとは言えないので、ブレイクダウン結果はあくまでも参考程度で留めていただきたい。

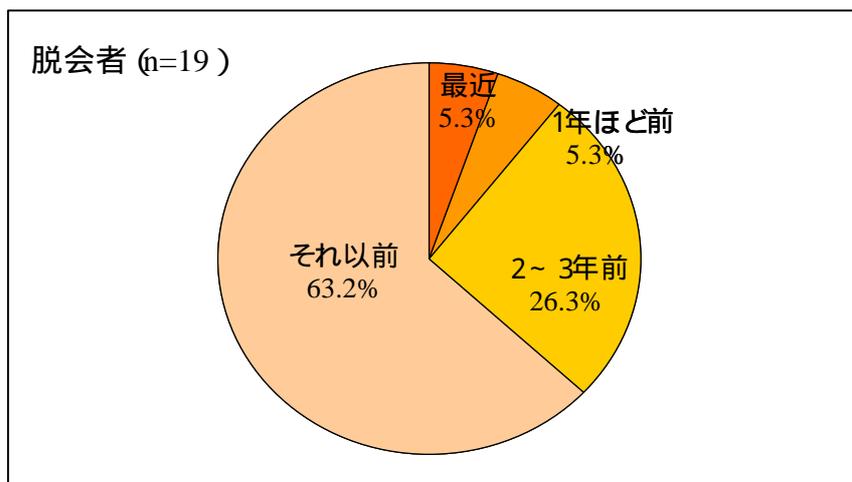
参考：生活衛生同業者組合認知度【訪問調査】 - 業種別 -

		全 体	知っている	名前を聞いた ことがある	知らない	以前加入して いた
全 体		111 100.0	18 16.2	16 14.4	58 52.3	19 17.1
飲食 小計		56 100.0	8 14.3	5 8.9	37 66.1	6 10.7
飲 食 業	す し	3 100.0	1 33.3	- -	2 66.7	- -
	めん類	7 100.0	1 14.3	2 28.6	3 42.9	1 14.3
	中華料理	14 100.0	2 14.3	2 14.3	6 42.9	4 28.6
	社 交	4 100.0	- -	- -	4 100.0	- -
	料 理	2 100.0	1 50.0	- -	1 50.0	- -
	一般飲食	22 100.0	3 13.6	1 4.5	17 77.3	1 4.5
	喫 茶	4 100.0	- -	- -	4 100.0	- -
その他 小計		55 100.0	10 18.2	11 20.0	21 38.2	13 23.6
そ の 他	食鳥肉	2 100.0	- -	1 50.0	1 50.0	- -
	食 肉	10 100.0	3 30.0	2 20.0	4 40.0	1 10.0
	理 容	14 100.0	3 21.4	4 28.6	4 28.6	3 21.4
	美 容	10 100.0	2 20.0	- -	4 40.0	4 40.0
	旅館・ホテル 簡易宿所	6 100.0	- -	1 16.7	4 66.7	1 16.7
	クリーニング	13 100.0	2 15.4	3 23.1	4 30.8	4 30.8

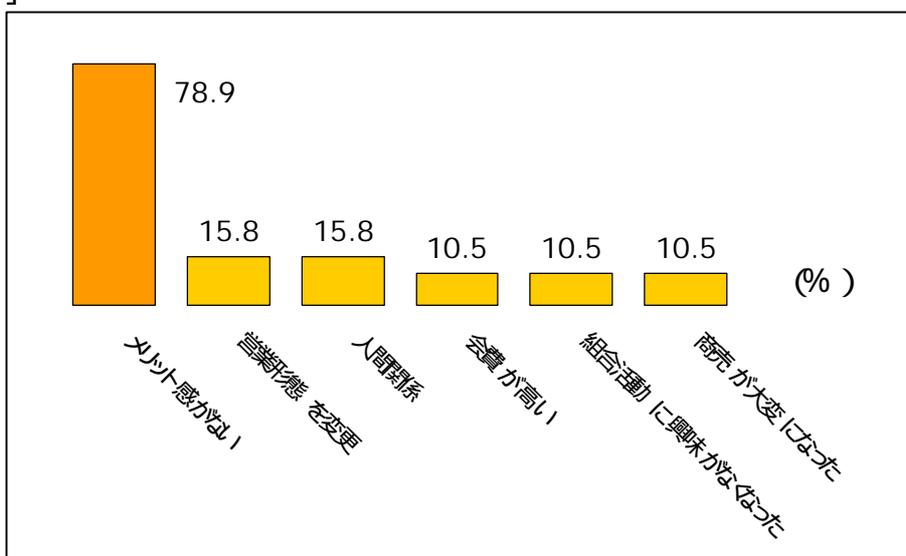
【単位】上段：実数、下段：%

## 脱会時期と脱会理由【訪問調査】

### [ 脱会時期 ]

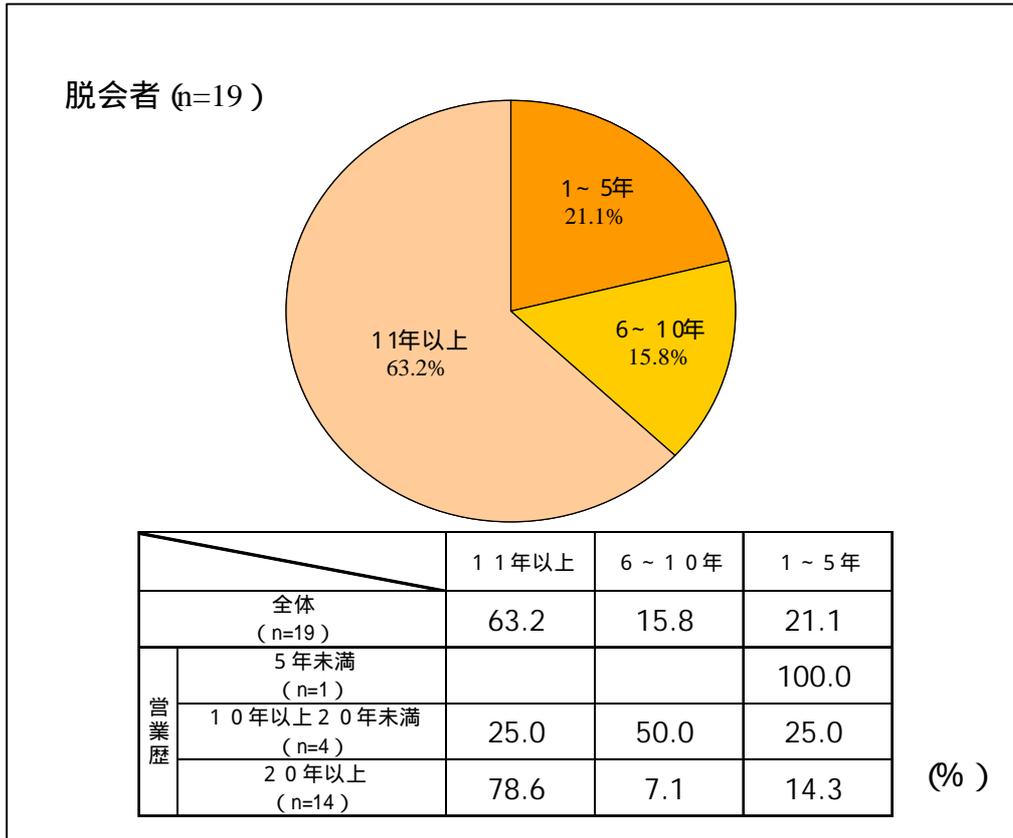


### [ 脱会理由 ]



- ✓ 組合脱会者は、今回の対象者111人中19名（17%）であった。
- ✓ 脱会時期は、この3年間で36.9%に達している。
- ✓ そのほとんどの理由は、「メリット感がない」（78.9%）による。そのほかの理由の該当者は少ない。加入者の求める組合加入のメリットと実態とのギャップがあるものと考えられる。

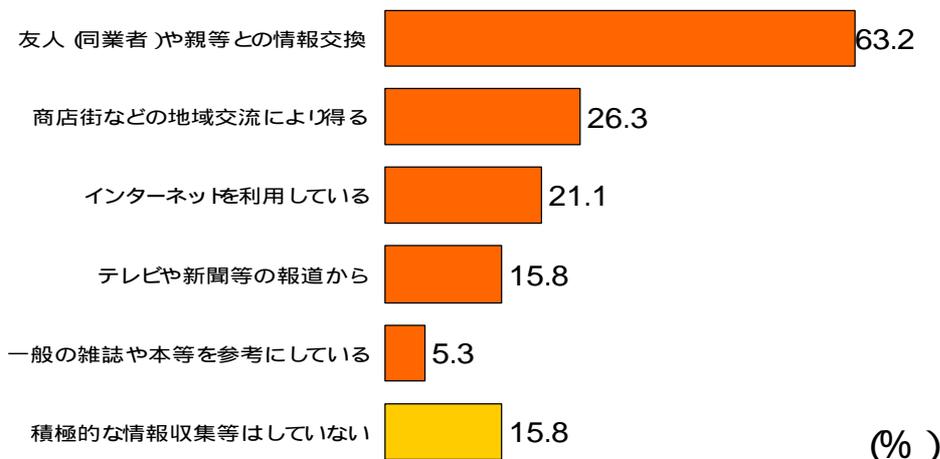
脱会者の入会期間【訪問調査】



- ✓ 脱会者の入会期間は、11年以上の人が63.2%と2/3に近い。
- ✓ 当然の結果ではあるが、営業暦が長い人(社)ほど入会期間は長く、営業暦の長い方の脱会割合が高かった。

事業を行う上で必要な情報収集経路（脱会者）【訪問調査】

脱会者 (n=19)

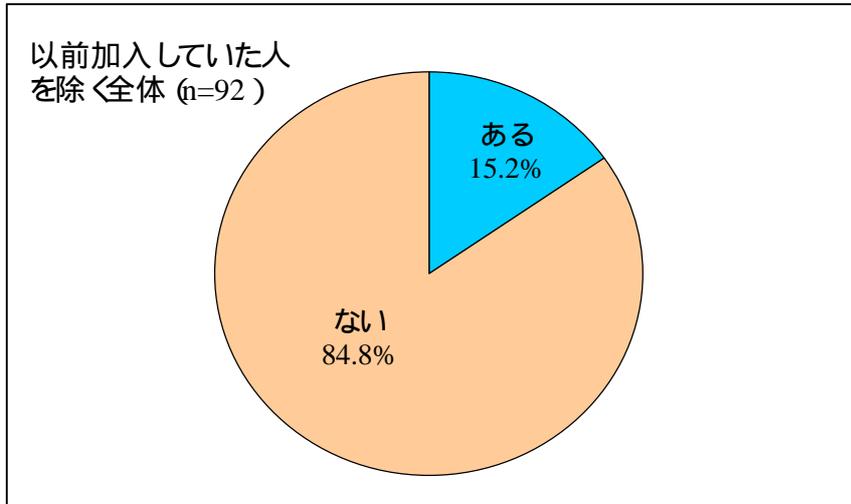


		友人 (同業者) や親等との情報交換	商店街などの地域交流により得る	インターネットを利用している	テレビや新聞等の報道から	一般の雑誌や本等を参考にしている	積極的な情報収集等をしていない
全体 (n=19)		63.2	26.3	21.1	15.8	5.3	15.8
年齢	40歳未満 (n=2)	100.0		50.0	50.0		
	40歳以上60歳未満 (n=11)	63.6	27.3	18.2	18.2	9.1	9.1
	60歳以上 (n=6)	50.0	33.3	16.7			33.3
従業員人数	3人以下 (n=5)	60.0		40.0	40.0	20.0	20.0
	5人以下 (n=7)	57.1	28.6		14.3		14.3
	10人以下 (n=3)	66.7	66.7	33.3			
	11人以上 (n=4)	75.0	25.0	25.0			25.0

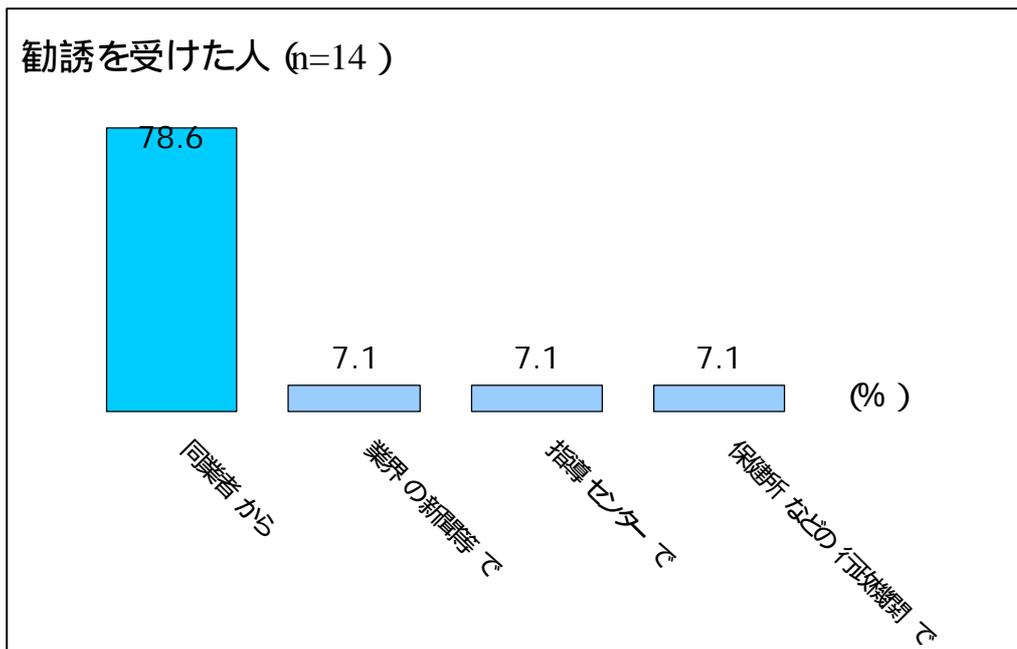
- ✓ 脱会者の情報収集経路は、「同業の友人や親等」の身近な人的ルートが圧倒的に高く（63.2%）、「商店街などの地域交流」（26.3%）と合わせて、かなり狭い範囲の入手経路に限られているように思われる。
- ✓ サンプル数が少なく参考程度ではあるが、対象者の年齢や従業員数別に見ても、その傾向に変わりなく、社会一般の傾向と比べても、インターネットやマスメディアの利用が少なく感じられる。
- ✓ 積極的に情報収集をしていない人は15.8%と低く、事業を行なう上で必要な何らかの情報の入手をしていることが見て取れる。

## 生活衛生同業者組合への勧誘の有無と勧誘経路【訪問調査】

### [ 勧誘の有無 ]

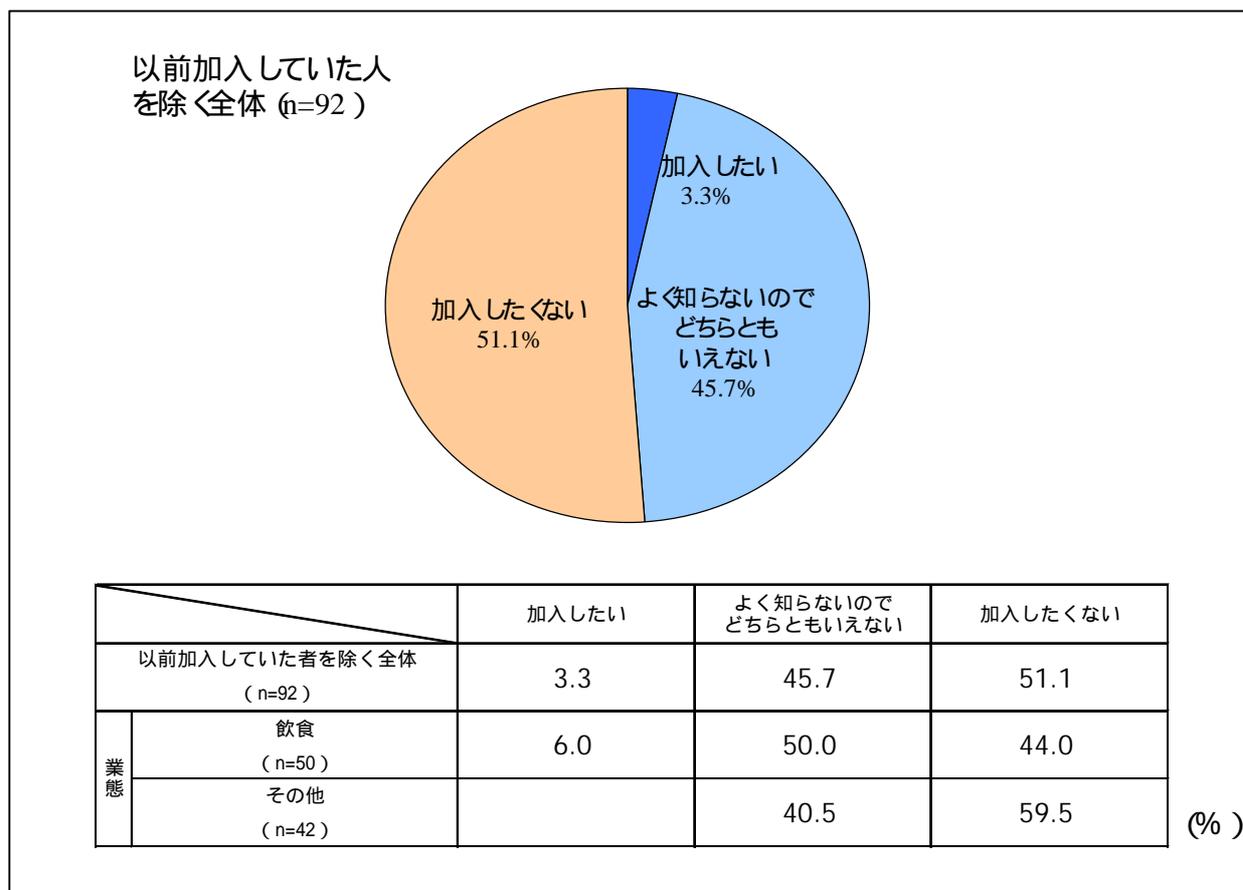


### [ 勧誘経路 ]



- ✓ 組合非加入者のほとんど (84.8%) は、加入の勧誘を受けたことが無い。
- ✓ 加えて加入の勧誘を受けた人も (14人 : 15.2%)、ほぼ全て (78.6%) の人 (14人中11人) が「同業者」からであり、情報入手経路と同様に、かなり狭い範囲での勧誘活動に限られている可能性が高い。

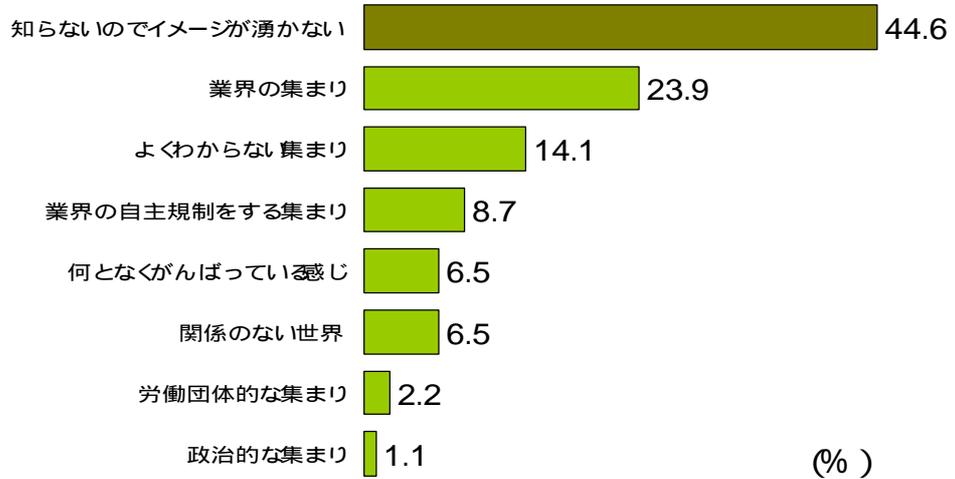
## 生活衛生同業者組合への加入意向【訪問調査】



- ✓ 「加入意向のある人」は、3.3%と非常に低い。
- ✓ 一方、「加入意向の無い人」は、51.1%と半数を超えている。
- ✓ 現在の加入者の加入の動機やきっかけが不明なので、あくまでも推測になるが、約半数の「よく知らないのどちらともいえない人」(45.7%)への組合活動の啓蒙が重要と考えられる。
- ✓ 加入したい人の全て(3名)が、飲食関連の業種であった。

生活衛生同業者組合へのイメージ【訪問調査】

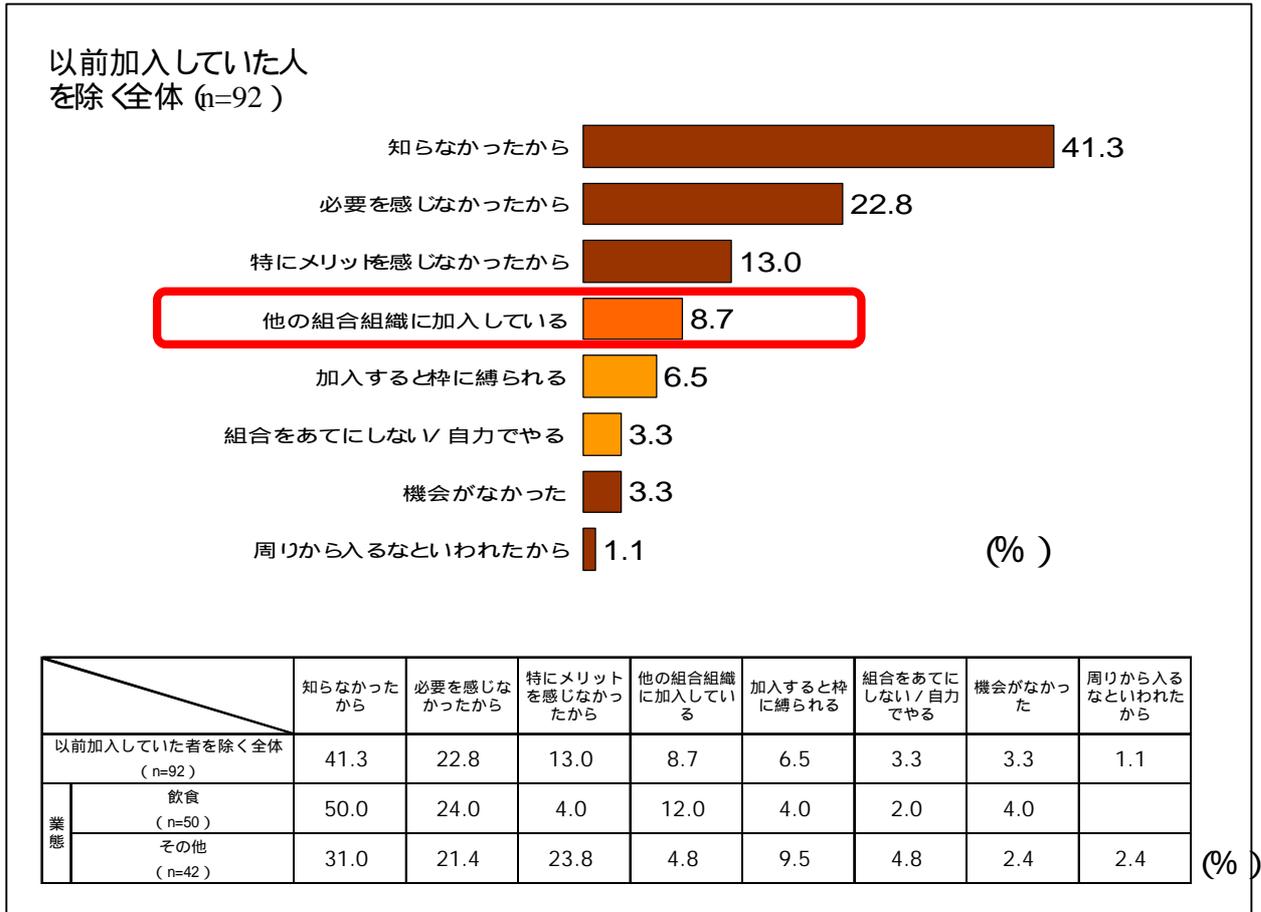
以前加入していた人  
を除く全体 (n=92)



		知らないでイメージが湧かない	業界の集まり	よくわからない集まり	業界の自主規制をする集まり	何となくがんばっている感じ	関係のない世界	労働団体的な集まり	政治的な集まり
以前加入していた者を除く全体 (n=92)		44.6	23.9	14.1	8.7	6.5	6.5	2.2	1.1
年齢	40歳未満 (n=12)	41.7	33.3	16.7	8.3		8.3		
	40歳以上60歳未満 (n=43)	53.5	18.6	7.0	11.6	9.3	9.3	2.3	
	60歳以上 (n=37)	35.1	27.0	21.6	5.4	5.4	2.7	2.7	2.7

- ✓ 組合非加入者の半数近く（44.6％）は、「知らないのでイメージが湧かない」としている。
- ✓ 他のイメージでも、「業界の集まり」（23.9％）という表面的なイメージを除いて、「よくわからない集まり」（14.1％）や「関係の無い世界」（6.5％）等、消極的なイメージが多く、実態がほとんど理解されていない事実が見える。
- ✓ 年齢別に見た場合、一般的に経営の中心と思われる「40歳以上60歳未満層」で、否定的な傾向が有るように思える点が見られる。

生活衛生同業者組合非加入の最大理由【訪問調査】

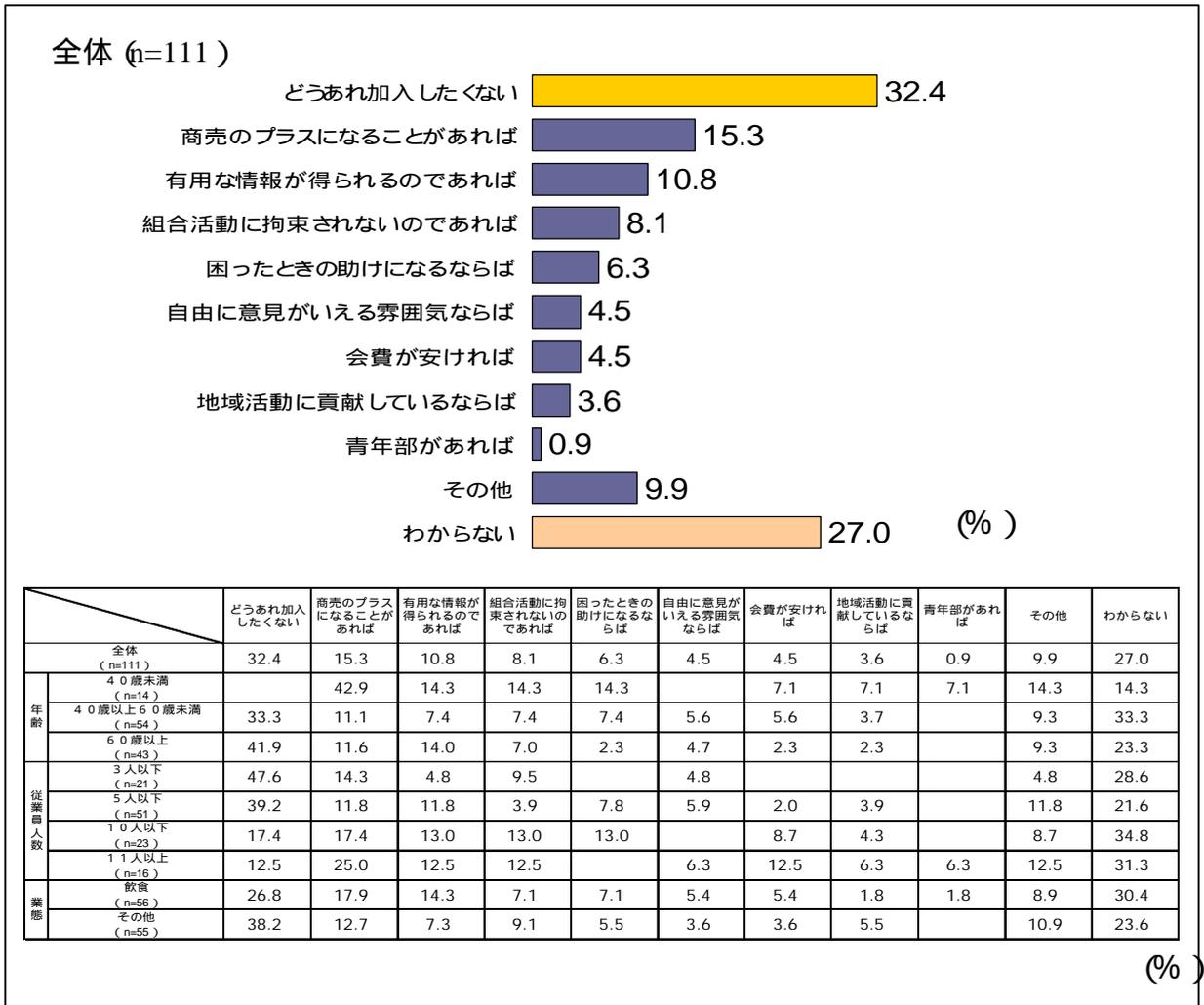


[他の組織に加入している (n=8)]

杉並中華食品組合	商工会	中華組合
亀有社交飲食組合	商工会議所	

- ✓ 組合非加入最大理由のほぼ半数近く (41.3%) も、「知らなかった」という認知レベルの低さに起因している。
- ✓ その他組合活動を知っていたと思われる人でも、「必要を感じなかった」(22.8%)・「特にメリットを感じなかった」(13.0%) というような、積極的非加入者が多い点が気になる。(認知度の結果から明らかなように、知っている人の1/3は「名前を聞いたことがある」程度の、表面的な認知レベルである点に留意)
- ✓ 「他の組合組織に加入」「加入すると枠に縛られる」「組合をあてにしない/自力でやる」といった、否定派が合計で18.5%に達した。
- ✓ 業種別では、飲食関連の人たちの方が組合加入に積極的と思われる。(前出のように、組合加入意向も同様であった。)

## 生活衛生同業者組合加入条件【訪問調査】



- ✓ 1/3 (32.4%)は、「どうあれ加入したくない」という組合否定派であった。
- ✓ 一方、「商売のプラスになることがあれば」(15.3%)「有用な情報が得られるのであれば」(10.8%)という、事業運営の積極的サポートを期待する人が26.1%いる。この点については、40歳未満の若い経営者層でその傾向が顕著である。
- ✓ 上述の傾向に加えて、「わからない」(27.0%)とするひとがほぼ同数であった。
- ✓ 他の項目と同様、飲食関連の人(社)がより積極的である。
- ✓ 加入条件に関わらず否定的な人は、従業員数(企業規模)に反比例している。企業の人・時間・費用等の余裕の有無であろう。
- ✓ 「得たいと思う情報」と「困ったときの具体的事例」は、次ページで触れる。

全体 (n=111)



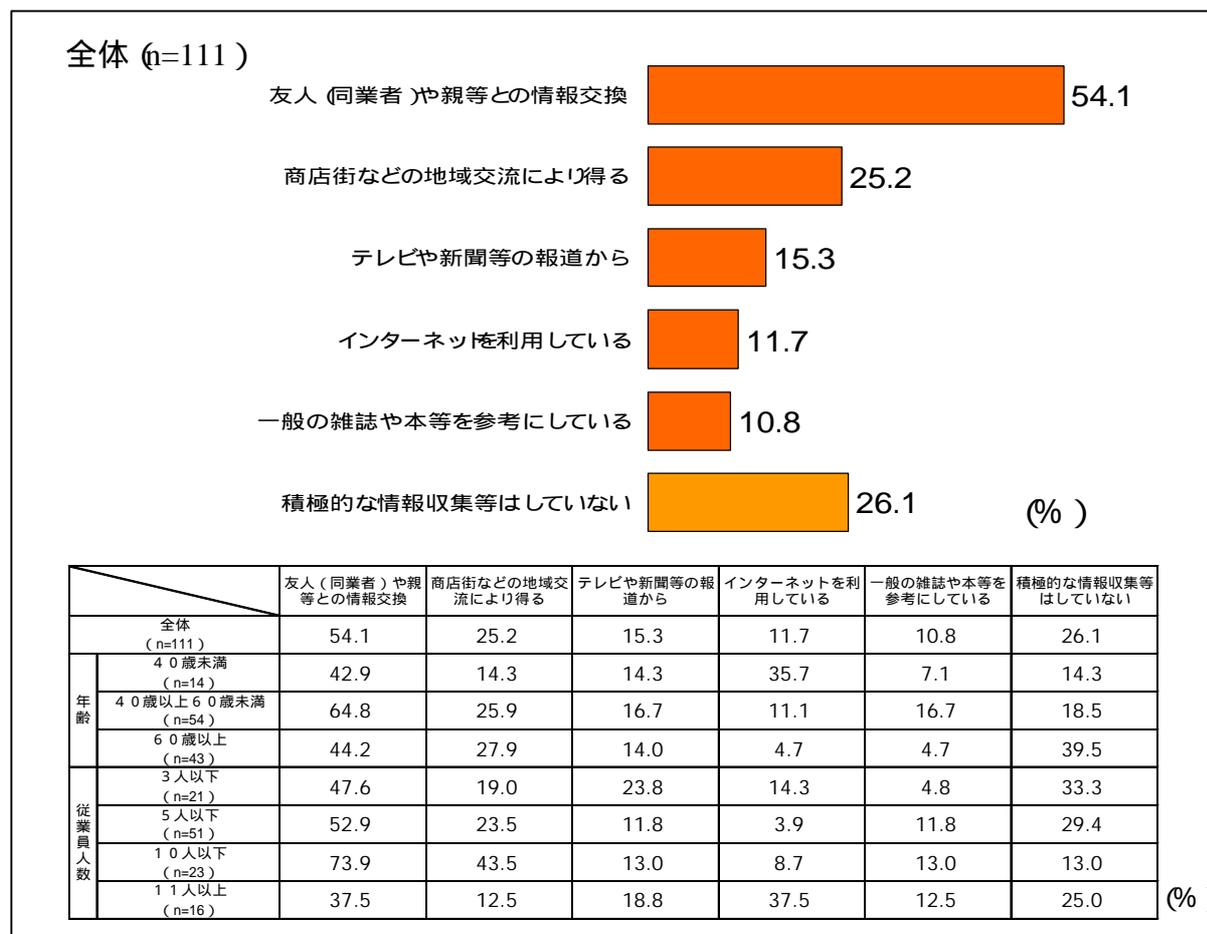
[ 有用な情報が得られるのであれば (n=12) ]

企業の店舗の動向と組合員の免脱行為について。
客のニーズ。
自家製粉に関する情報。新メニューの勉強会、試食会。
飲食業界の動向について。
お客様との親睦の場を提供してくれるのであれば。
お互い意見を出し合って、技術的な面などの情報を得られるのであれば。
食品業界の情報。
業界の情報交換。
店の建て替えなどに伴う、共同事業などの情報。
同業者の経営状況などの情報。
個人商店の販売面でプラスになるような情報。
新しい機械や技術の情報を得られるのであれば。

[ 困ったときの助けになるならば (n=7) ]

大型店ができたときの対応策。成功例を聞くことができれば。
食中毒など。
売上増への対策など。
経営面の上で。
地域をまとめたり。
客をどう呼び寄せるか、どのような方法で集めることに協力してもらえるか。
インターネットなど最新のやり方がわからないし、そこまで追いついていけない(自分の仕事で精一杯)。
融資。一時的に資金繰りに困ったときなど。
内装、改装の時、お金を低金利で貸してくれる。

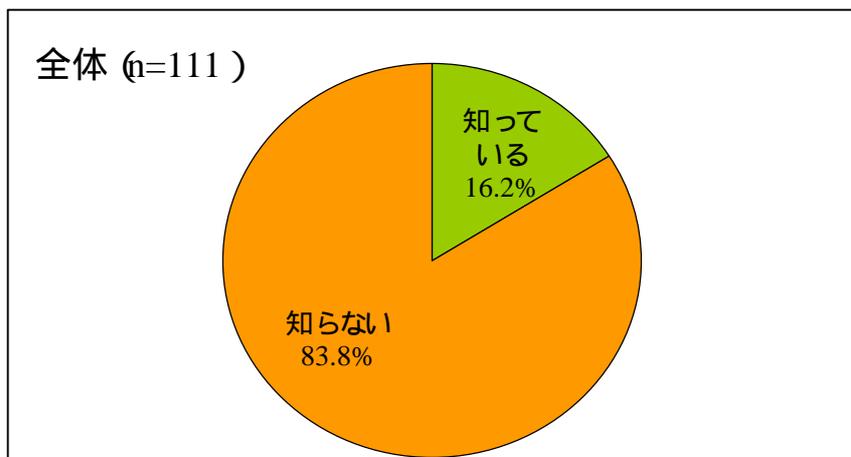
## 事業を行う上で必要な情報収集経路（全体）【訪問調査】



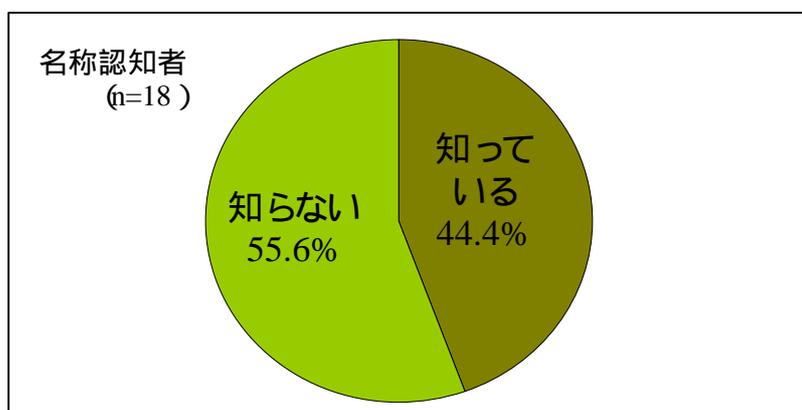
- ✓ 全員の結果 (N=111) と脱会者の結果 (N=19) が、ほぼ同じ傾向であったが、「積極的な情報収集はしていない」 (26.1% v s 15.8%) 人の比率が脱会者よりも高い。非加入者であっても、過去に加入経験がある人ほど、情報収集に積極的であるといえる。
- ✓ 「同業の友人や親等」の身近な人的ルートが圧倒的に高く (54.1%)、「商店街などの地域交流」 (25.2%) と合わせて、狭い範囲に限られているように思われる点も、脱会者の結果と同じである。
- ✓ 一方、従業員数 (経営規模) が、情報収集経路に明らかに違いをもたらしている。  
11人以上の比較的規模の大きい企業で、インターネットの利用が多い点や、小規模 (3人以下) では情報収集経路の幅が広がり、両端の層で「商店街などの地域交流」に消極的な点が興味深い。
- ✓ 年齢別では、若い層ほど情報収集に積極的でインターネット利用が多く、「40-60歳未満」では、「同業の友人や親等」が高く、「一般雑誌や書籍」が高めという特徴が見られる。

( 2 ) 都道府県生活衛生営業指導センターについて

都道府県生活衛生指導センターの認知度【訪問調査】



[ センターの事業内容の認知 (n=18) ]



[ 認知している事業内容 (n=8) ]

衛生基準の相談	7	(実数)
研修会・講習会	3	
融資相談	3	
経営相談	1	
苦情相談	1	
情報収集提供	1	
大会・展示会など	1	
その他	1	

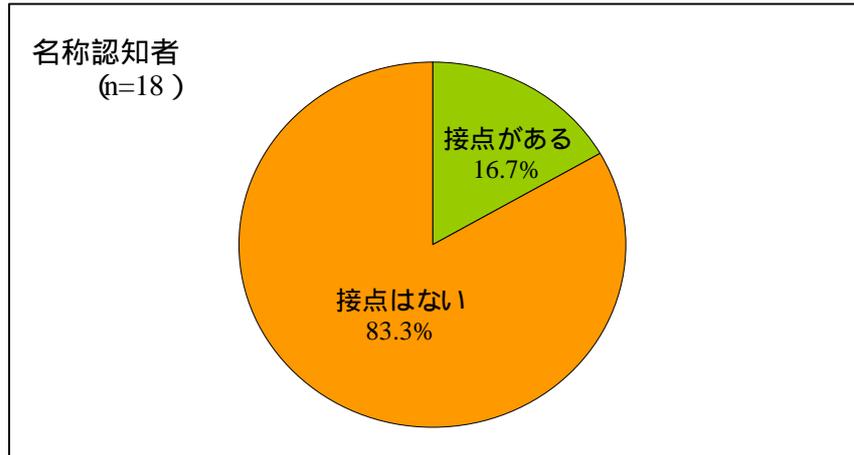
- ✓ センターの認知度は16.2%で、組合認知度 ( 33.3% + 14.4% ) の 1 / 3 と低かった。
- ✓ 事業内容の認知は、認知者全体の半数以下 ( 44.4% ) で、全体の7.2%に過ぎない。
- ✓ 認知しているセンターの事業内容内容は、衛生基準 ( 7/8名 ) ・研修講習会 ( 3/8名 ) ・融資相談 ( 3/8名 ) ・その他となった。

参考：都道府県生活衛生指導センターの認知度【訪問調査】 - 業種別 -

		全 体	知っている	知らない
全 体		111 100.0	18 16.2	93 83.8
飲食 小計		56 100.0	8 14.3	48 85.7
飲 食 業	す し	3 100.0	2 66.7	1 33.3
	めん類	7 100.0	1 14.3	6 85.7
	中華料理	14 100.0	4 28.6	10 71.4
	社 交	4 100.0	- -	4 100.0
	料 理	2 100.0	1 50.0	1 50.0
	一般飲食	22 100.0	- -	22 100.0
	喫 茶	4 100.0	- -	4 100.0
その他 小計		55 100.0	10 18.2	45 81.8
そ の 他	食鳥肉	2 100.0	- -	2 100.0
	食 肉	10 100.0	2 20.0	8 80.0
	理 容	14 100.0	3 21.4	11 78.6
	美 容	10 100.0	2 20.0	8 80.0
	旅館・ホテル 簡易宿所	6 100.0	- -	6 100.0
	クリーニング	13 100.0	3 23.1	10 76.9

【単位】上段：実数、下段：%

都道府県生活衛生指導センターとの接点【訪問調査】



[ 接点がある機会 (n=3) ]

研修会・講習会	2	(実数)
衛生基準の相談	1	
その他	1	

[ センターへの意見 (n=4) ]

細かい点を最後まで行き届くまで面倒見てほしい。(頼りに出来るセンターになってほしい)
税金の無駄遣い。
自分には関係ない。必要性も感じていない。
現在は伝染病など衛生面で発生頻度が少ないので、もう必要ないのでは。

#### 4 非組合員の生衛組合・都道府県指導センターに関する意識（Web調査）

##### [対象者プロフィール]

(%)

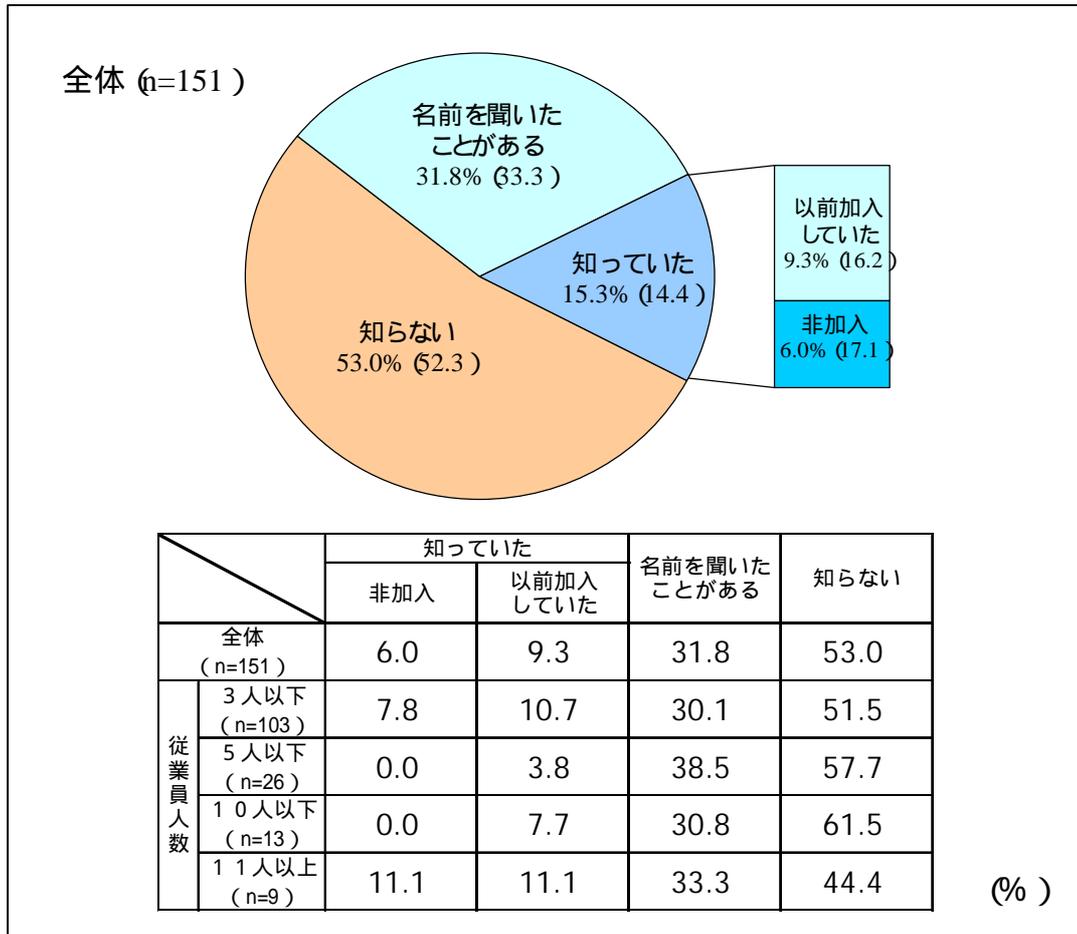
営業 エリア	東京都	神奈川県	千葉県	埼玉県	その他	営業所の 立地環境	都市部	郡部
	27.2	14.6	17.9	12.6	27.8		77.5	22.5
*その他：茨城(7.9)、栃木(7.3)、群馬(5.3)新潟(1.3)、山梨(5.3)、静岡(0.7)								
業種	飲食	すし	めん類	中華料理	社交	料理	一般飲食	喫茶
	57.6	2.6	11.3	5.3	3.3	2.6	26.5	6.0
	その他	食鳥肉	食肉	理容	美容	旅館・ホテル・簡易宿所	クリーニング	
42.4			13.2	9.9	9.9	9.3		
性別	男性	女性	年齢	40歳未満	40歳以上60歳未満	60歳以上		
	73.5	26.5		39.1	59.6	1.3		
経営 形態	個人経営で生衛業 を専業	個人経営で生衛業 以外を兼業	法人経営で生衛業 を専業	法人経営で生衛業 以外を兼業	その他			
	60.9	22.5	9.9	4.6	2.0			
従業員 人数	3人以下	5人以下	10人以下	11人以上				
	68.2	17.2	8.7	6.0				
営業歴	5年未満	5年以上10年未満	10年以上20年未満	20年以上				
	21.2	16.6	25.8	36.4				

- ✓ 生活衛生同業者組合非加入者は回収ベースで、飲食の57.6%がそれ以外より多めとなった。
- ✓ 立地条件はエリアが異なり、都市部が77.5%で、訪問調査の97.3%よりは低い。
- ✓ 食肉関連業者は非加入者が少なく、追加の配布でも該当者が見つけれなかった。（北九州・北陸で該当者がいたが除外した）
- ✓ 性別では男女比が3対1（2対1）と、より男性が多かった。
- ✓ 年齢は、40歳未満が39.1%（12.6）と3倍以上で、40-59歳で59.6%（48.6）を占めた。60歳以上は1.3%（38.7）と、極端に異なった。
- ✓ 経営形態は、その多く60.9%（89.2）が個人経営の専業であった。しかし、個人経営で兼業のひとが22.5%（3.6）と、相対的に多く、法人形態もやや多めとなった。
- ✓ 従業員数は、3人以下が68.2%（18.9）と極端に違いが出た。個人企業的な小規模企業の、インターネット利用が高い可能性は考えられる。
- ✓ 営業暦は、20年以上の人が36.4%（55.9）と減り、次いで10年未満が37.8%（38.8）とほぼ同数であった。

注：Web調査のコメントとグラフにある（ ）内の数値は、訪問調査の数値（単位は%）である。以下、同様

( 1 ) 生活衛生同業組合について

生活衛生同業者組合認知度【Web調査】



- ✓ 「認知者」は全体の1/6で16.3% (33.3) で半減。「名前を聞いただけ」の31.8% (14.4) の認知レベルの人と合わせても、半数に満たなかった。(サンプル数が少なく、参考程度ではあるが、訪問面接で、回答者の年齢が若いほど認知率が高い傾向があったことからすると、Web調査の結果は説明がつきにくい。)
- ✓ 認知者の半数9.3% (16.2) は「以前加入していた人」で、7.3% (17.1) の人が現在「非加入」ながらも、組合に関する何らかの知識があると考えられる。
- ✓ 従業員数(経営規模)別で見た場合、最小規模グループ(3人以下)が多くを占めたにもかかわらず、大規模グループ(11人以上)とともに組合認知が高い結果となった点は訪問調査と同じであり、興味深い。
- ✓

注：サンプル数が100程度と少なく、業種構成も母集団の代表制があるとは言えないので、ブレイクダウン結果はあくまでも参考程度で留めていただきたい。

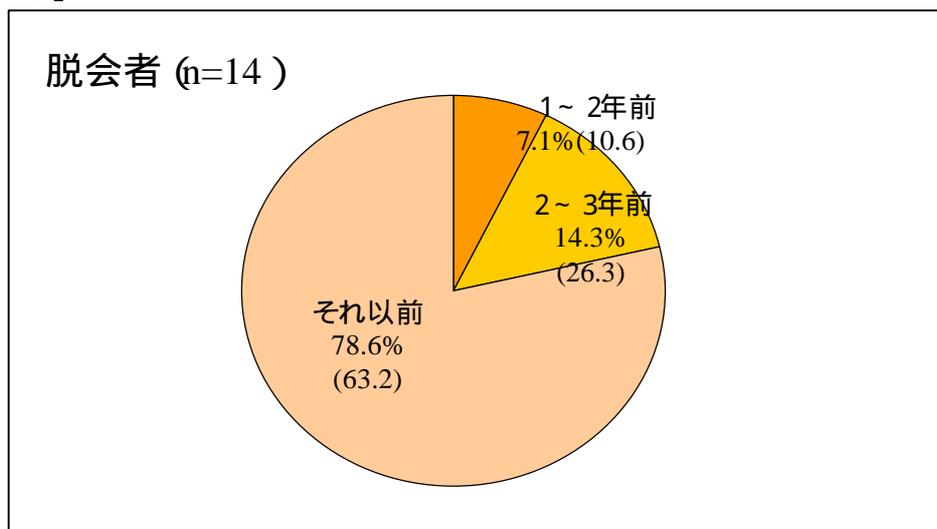
参考：生活衛生同業者組合認知度【Web調査】 - 業種別 -

		全体	以前加入して お知り知っていた	加入したことは ないが、知っていた	名前を聞いた ことがある	知らない
全 体		151	14	9	48	80
		100.0%	9.3%	6.0%	31.8%	53.0%
飲食小計		87	5	2	28	52
		100.0%	5.7%	2.3%	32.2%	59.8%
飲 食 業	すし	4	1	0	0	3
		100.0%	25.0%	0.0%	0.0%	75.0%
	めん類	17	1	1	5	10
		100.0%	5.9%	5.9%	29.4%	58.8%
	中華料理	8	1	0	2	5
		100.0%	12.5%	0.0%	25.0%	62.5%
	社交	5	1	0	2	2
		100.0%	20.0%	0.0%	40.0%	40.0%
	料理	4	1	0	2	1
		100.0%	25.0%	0.0%	50.0%	25.0%
	一般飲食	34	0	0	10	24
		100.0%	0.0%	0.0%	29.4%	70.6%
	喫茶店	9	0	0	3	6
		100.0%	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%
	その他の飲食店	6	0	1	4	1
		100.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
	その他小計	64	9	7	20	20
		100.0%	14.1%	10.9%	31.3%	31.3%
そ の 他	食鳥肉販売業	0	0	0	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	食肉販売業	0	0	0	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	理容業	20	4	5	4	7
		100.0%	20.0%	25.0%	20.0%	35.0%
	美容業	15	2	1	6	6
		100.0%	13.3%	6.7%	40.0%	40.0%
	旅館・ホテル	15	0	0	6	1
		100.0%	0.0%	0.0%	40.0%	6.7%
	クリーニング業	14	3	1	4	6
		100.0%	21.4%	7.1%	28.6%	42.9%

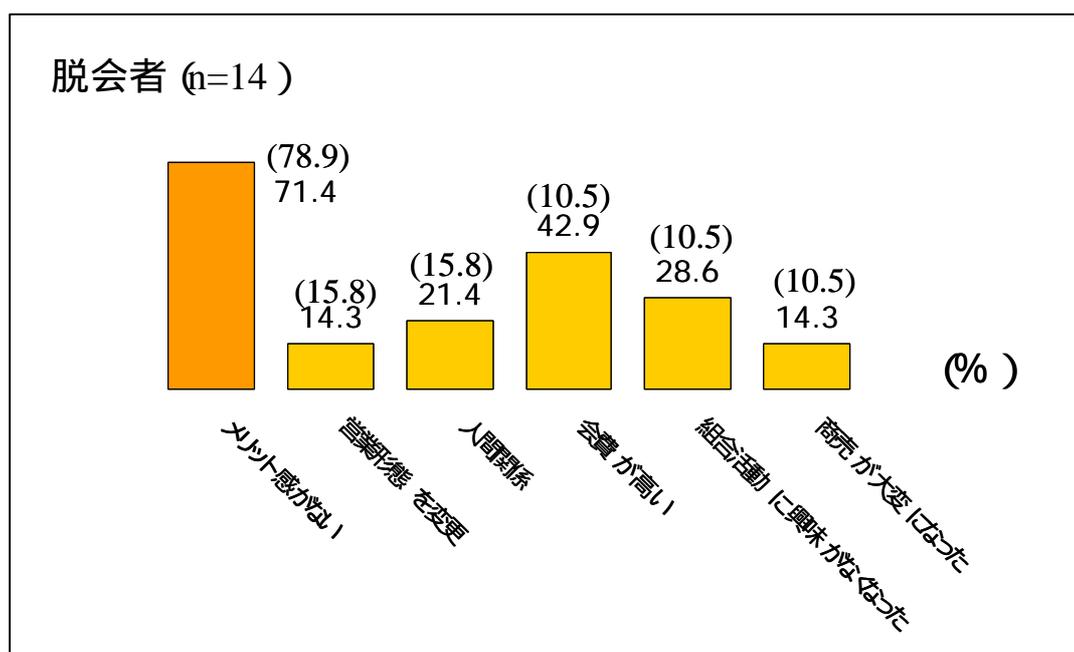
【単位】 上段：実数 / 下段：%

## 脱会時期と脱会理由【Web調査】

### [ 脱会時期 ]

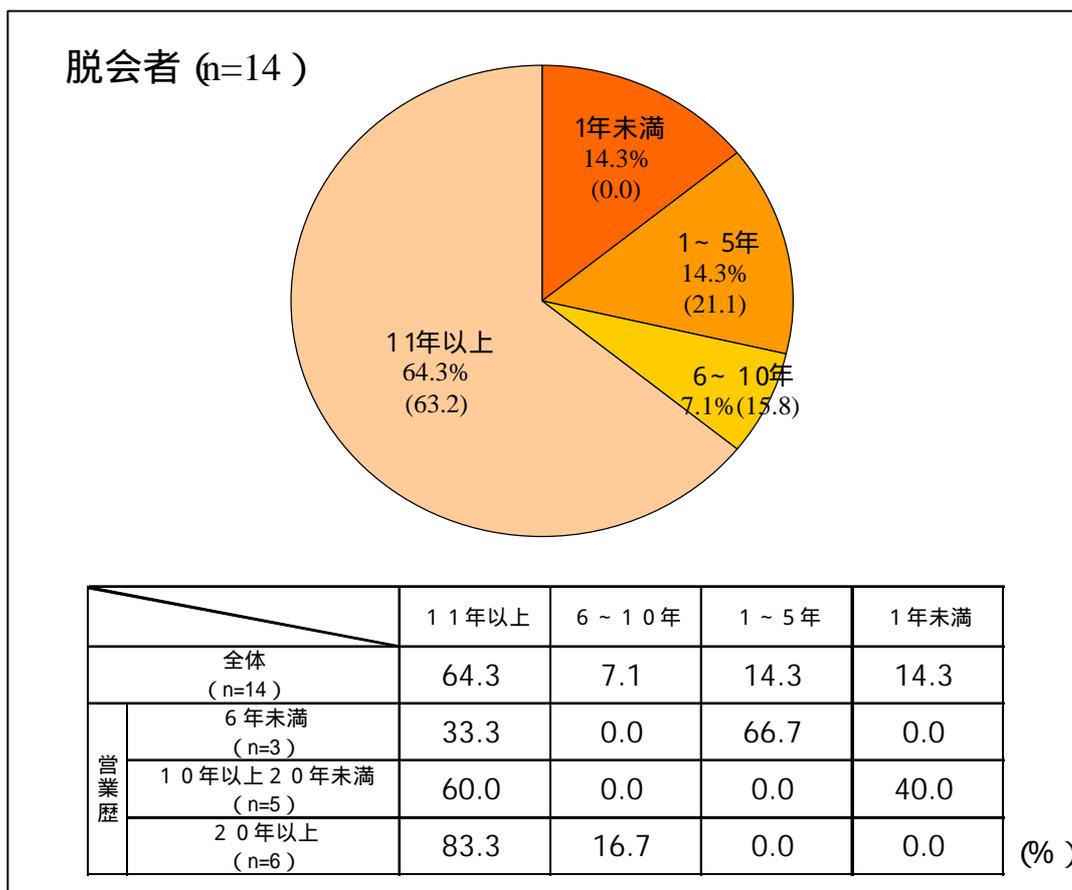


### [ 脱会理由 ]



- ✓ 組合脱会者は、今回の対象者151人中14名9.3% (17.0)であった。
- ✓ 脱会時期は、[4年以前まで]で78.69% (63.2)と多い。
- ✓ そのほとんどの理由は、「メリットがない」71.4% (78.9)による。そのほかの理由では、「会費が高い42.9% (10.5)」・「組合活動に興味なくなった48.6% (10.5)」・「人間関係21.4% (15.8)」の該当者が訪問調査に比べて多い。
- ✓ Web調査の対象者の方が、明確な脱会理由を持っているように思われる。

## 脱会者の入会期間【Web調査】



- ✓ 脱会者の入会期間は、[11年以上]の人が64.3% (63.2) と2/3に近い。「一年未満の脱会者」が14.3% (0.0) が多いのが特徴となっている。

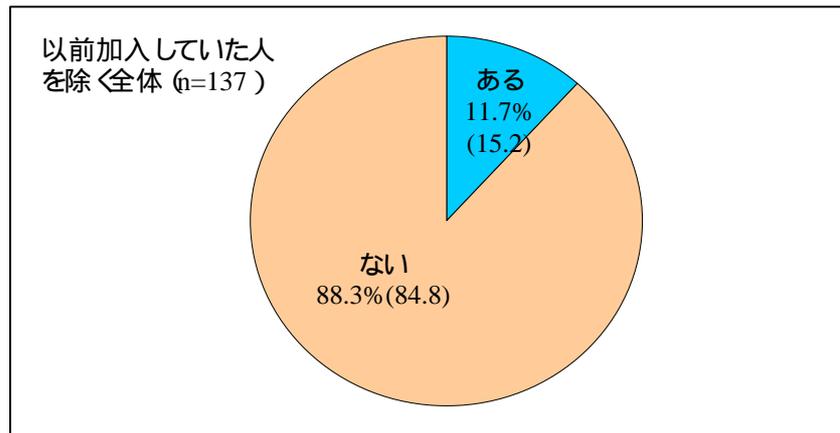
注：サンプルが少なく参考程度で留めていただきたい。

事業を行う上で必要な情報収集経路（脱会者）【Web調査】

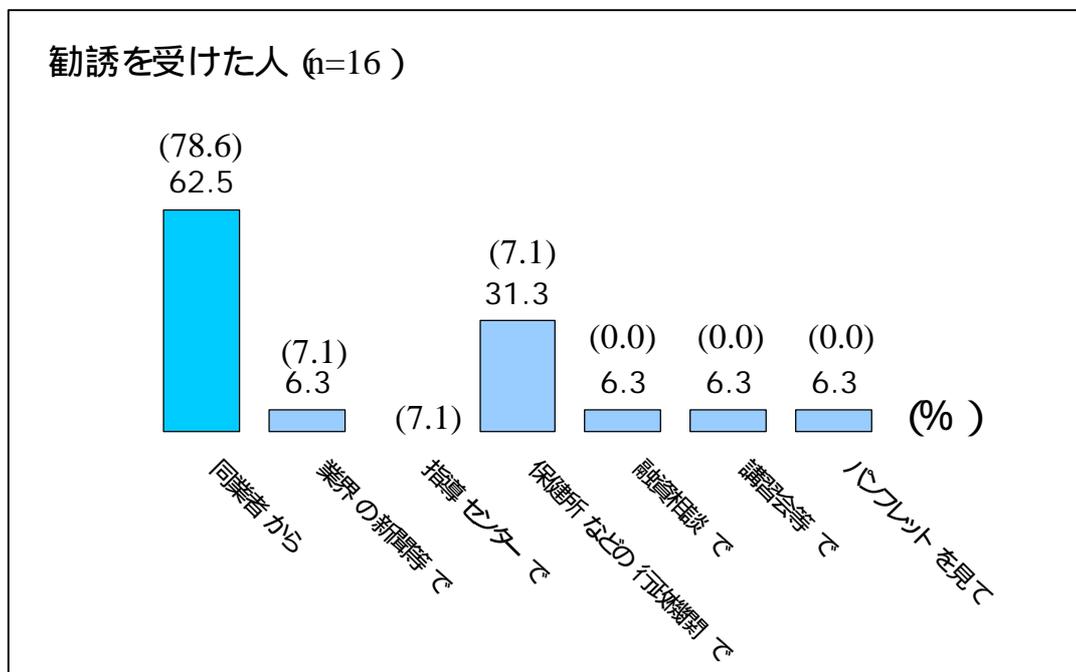
を参照のこと。（理由：脱会者は14名とサンプル数が少なく、また全151サンプルの結果と比較し傾向に大きな違いは無かったため）

生活衛生同業者組合への勧誘の有無と勧誘経路【Web調査】

[ 勧誘の有無 ]

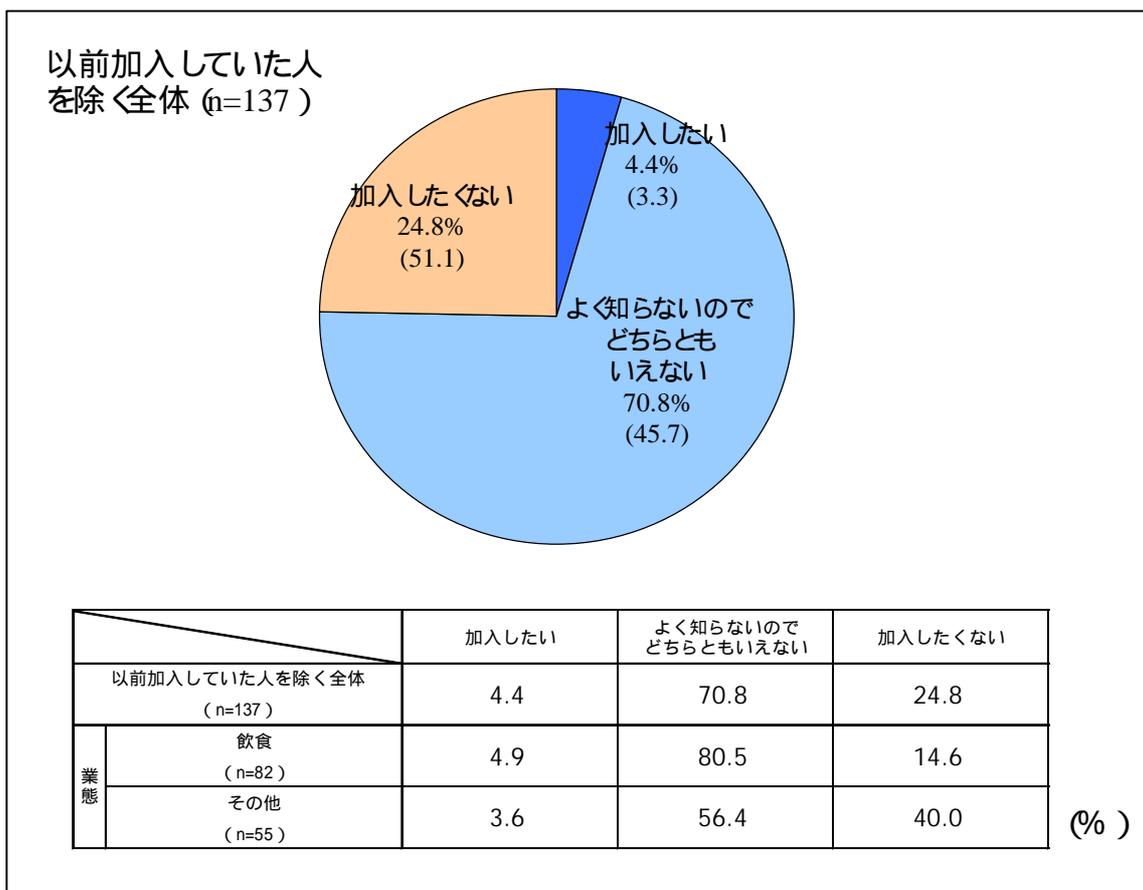


[ 勧誘経路 ]



- ✓ 組合非加入者のほとんどの88.3% (84.8) はやはり、「加入の勧誘を受けたことが無い」となった。
- ✓ 勧誘を受けた人では、「同業者62.5% (78.6)」が減って、「保健所などの行政機関で31.3% (7.1)」が4倍以上であった。（地域の影響かもしれないが、16名と14名なので参照程度に留めたい）

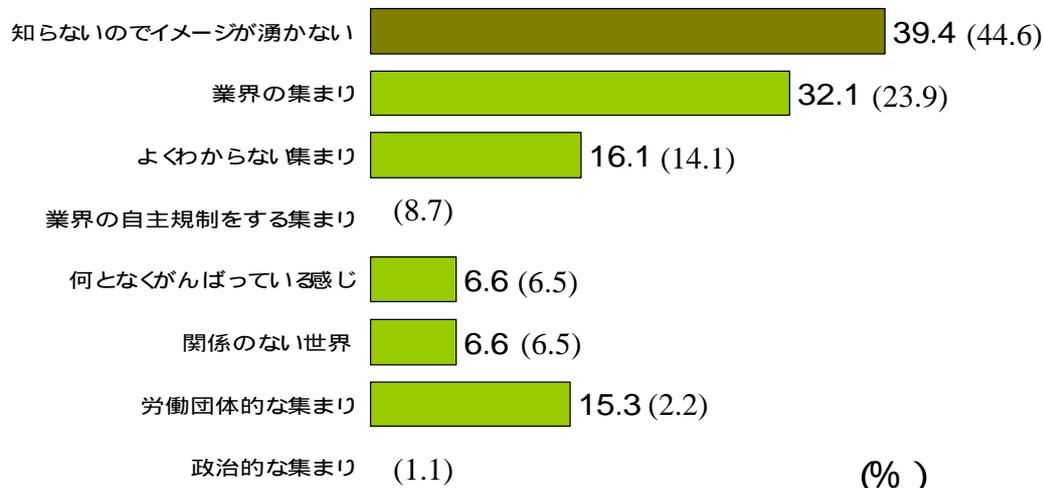
## 生活衛生同業者組合への加入意向【Web調査】



- ✓ 「加入意向のある人」は、4.4% (3.3)と同様に低い。
- ✓ 一方、「加入意向の無い人」は、24.8% (51.1)と半分以下と少ない。ただし、残りの「よく知らないどちらともいえない70.8% (45.7)」が多い。別に述べているが、訪問調査の結果よりも目的意識があり、組合活動にも明確な費用対効果を求める、若い層の意識が反映されているように感じる。
- ✓ 「加入したい」人は、飲食関連で4.9%、その他の業種で3.6%とほぼ同じだった。しかし、「加入したくない」人では訪問調査と違い、飲食関連で14.6% (44.0)、その他の業種で40.0% (59.5)と大きな違いが出た。

## 生活衛生同業者組合へのイメージ【Web調査】

以前加入していた人  
を除く全体 (n=137)



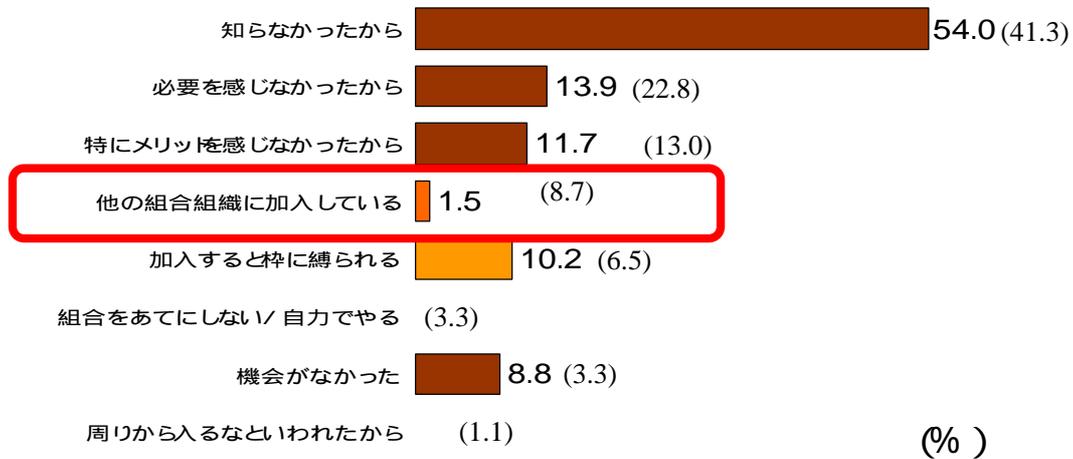
		知らないのでイメージが湧かない	業界の集まり	よくわからない集まり	業界政治の自主規制をする集まり	何となくがんばっている感じ	関係のない世界	労働団体的な集まり	政治的な集まり
以前加入していた者を除く全体 (n=137)		39.4	32.1	16.1		6.6	6.6	15.3	
年齢	40歳未満 (n=56)	37.5	39.3	12.5		1.8	5.4	21.4	
	40歳以上60歳未満 (n=79)	39.2	27.8	19.0		10.1	7.6	11.4	
	60歳以上 (n=2)	100.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0	

(%)

- ✓ 組合非加入者の1/3の39.4% (44.6) は、「知らないのでイメージが湧かない」としている。
- ✓ 他のイメージでは、「業界の集まり32.1% (23.9) 」というやや否定的・漠然とした印象よりも、「労働団体的な集まり15.3% (2.2) 」という具体的なイメージを描いているように思える。
- ✓ 年齢別に見た場合、「40歳未満」の層で、上記の傾向が高めに見られる。

生活衛生同業者組合非加入の最大理由【Web調査】

以前加入していた人  
を除く全体 (n=137)



		知らなかったから	必要を感じなかったから	特にメリットを感じなかったから	他の組合組織に加入している	加入すると枠に縛られる	組合をあてにしない/自力でやる	機会がなかった	周りから入るなといわれたから
以前加入していた者を除く全体 (n=137)		54.0	13.9	11.7	1.5	10.2	0.0	8.8	0.0
業態	飲食 (n=82)	62.2	12.2	7.3	0.0	8.5	0.0	9.8	0.0
	その他 (n=55)	41.8	16.4	18.2	3.6	12.7	0.0	7.3	0.0

(%)

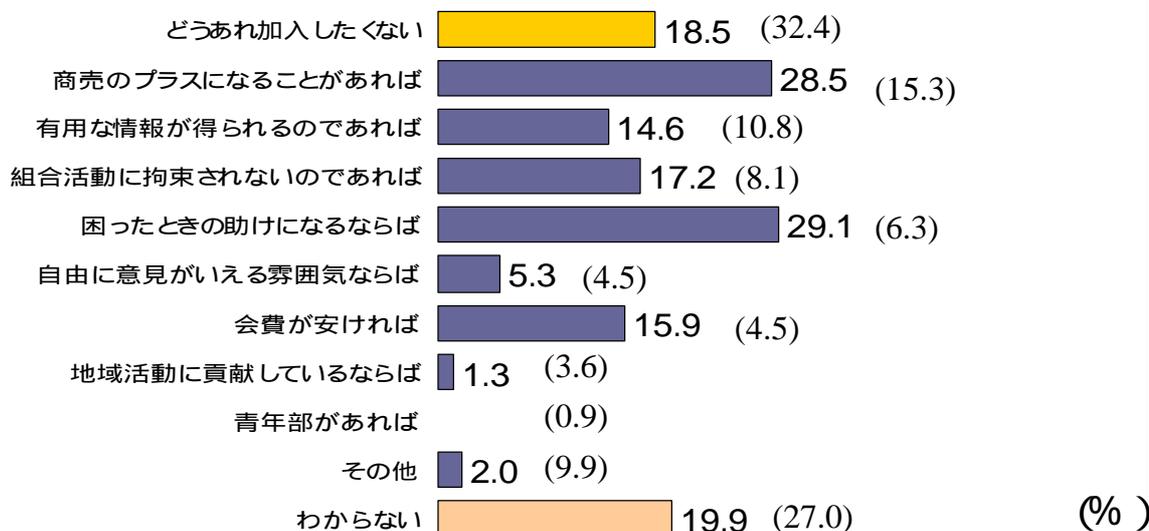
[ 他の組合組織に加入している (n=2) ]

民宿組合	民主商工会
------	-------

- ✓ 組合非加入最大理由の半数以上54.0% (41.3) が、「知らなかった」という認知レベルの低さに起因していることには変わりがない。
- ✓ その他組合活動を知っていたと思われる人でも、「必要を感じなかった」13.9% (22.8) というような積極的非加入者が少ない代わりに、「他の組合組織に加入1.5% (8.7)」しているわけでもなく、「加入すると枠に縛られる10.2% (6.5)」と嫌がっている傾向が見られる。年齢効果のように感じられる。
- ✓ 訪問調査同様に、業種別では、飲食関連の人たちの方が組合加入に積極的と思われる。(前出のように、組合加入意向も同様であった。)

## 生活衛生同業者組合加入条件【Web調査】

### 全体 (n=151)

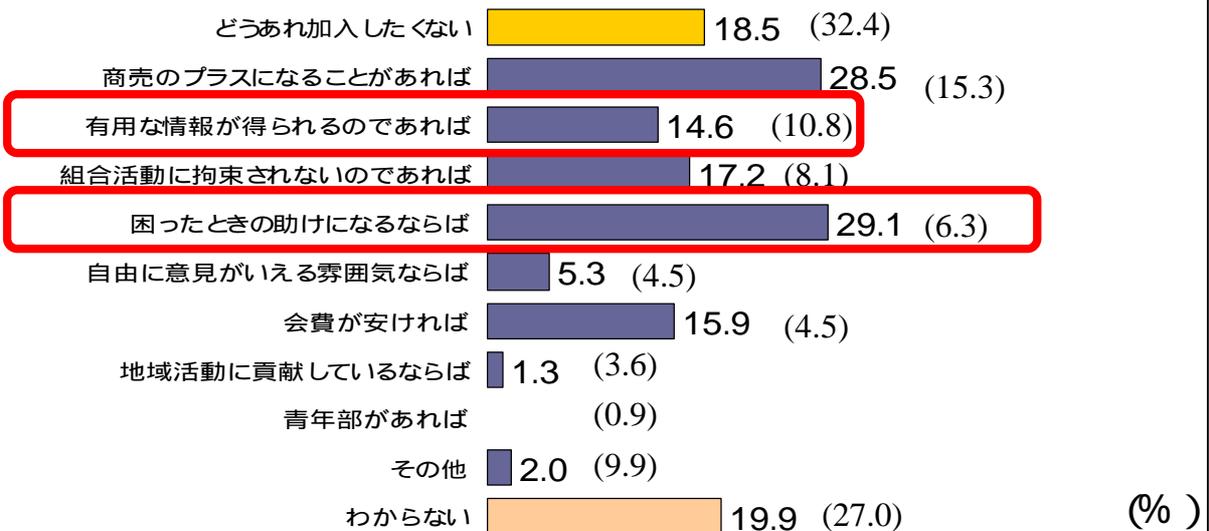


	どうあれ加入したくない	商売のプラスになることがあれば	有用な情報が得られるのであれば	組合活動に拘束されないのであれば	困ったときの助けになるならば	自由に意見が いえる雰囲気ならば	会費が安ければ	地域活動に貢献しているならば	青年部があれば	その他	わからない	
全体 (n=151)	18.5	28.5	14.6	17.2	29.1	5.3	15.9	1.3	0.0	2.0	19.9	
年齢	40歳未満 (n=59)	16.9	32.2	15.3	18.6	27.1	1.7	18.6	0.0	0.0	1.7	22.0
	40歳以上60歳未満 (n=90)	20.0	25.6	14.4	15.6	31.1	6.7	13.3	2.2	0.0	2.2	18.9
	60歳以上 (n=2)	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
従業員人数	3人以下 (n=103)	17.5	26.2	13.6	17.5	31.1	6.8	19.4	1.9	0.0	2.9	18.4
	5人以下 (n=26)	15.4	34.6	19.2	15.4	26.9	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	26.9
	10人以下 (n=13)	30.8	38.5	0.0	23.1	23.1	0.0	15.4	0.0	0.0	0.0	15.4
業態	11人以上 (n=9)	22.2	22.2	33.3	11.1	22.2	11.1	0.0	0.0	0.0	22.2	
	飲食 (n=87)	12.6	33.3	11.5	18.4	32.2	2.3	12.6	1.1	0.0	1.1	25.3
	その他 (n=64)	26.6	21.9	18.8	15.6	25.0	9.4	20.3	0.0	3.1	12.5	

(%)

- ✓ 「どうあれ加入したくない18.5% (32.4%)」という組合否定派が低い結果となった。
- ✓ 一方、その他の肯定的な理由はいずれも多い。その中でも、「商売のプラスになることがあれば28.5% (15.3)」、「困ったときの助になるならば29.1% (6.3)」が訪問調査に比べて非常に多く、40歳未満の若い経営者層の影響かと思われる。
- ✓ 上述の傾向に加えて、「わからない19.9% (27.0)」とする人が少ない。
- ✓ 他の項目と同様、飲食関連の人(社)がより積極的である。
- ✓ 加入条件に関わらず否定的な人は、従業員数(企業規模)の少ない層に高めであった。企業の人・時間・費用等の余裕の有無であろう。
- ✓ 「得たいと思う情報」と「困ったときの具体的事例」は、次ページで触れる。

全体 (n=151)



[ 有用な情報が得られるのであれば (n=22) ]

生活衛生同業組合がどういう組合なのか知らないが、商売に関する情報を得たい
顧客の紹介
自分が有利になるような情報や助けを得られる情報
生活衛生同業組合をよく知らないで詳しく分からないが、商売のプラスになる情報
衛生面
生活していくうえで、安全に暮らしていけるという情報など
業界の情勢
食中毒などの情報
やはり地域によって営む状況に色々な差があると思うので、地域の状況に即した情報
ノロウィルスの正確な情報が知りたい
組合の趣旨とはそれるとは思いますが・・・金策
偏りの無い役所などとの橋渡し
税金対策
新しい商品情報や資金繰りの方法など
同業者の知識
業界の流れ、新しい技術など
理容・美容院を経営しているが、新しい技術などの情報を得たい
新繊維素材の最適な処理方法などの技術情報
格安の仕入れ情報などが得られるならば
商売していく上で、知らなかった法律を学ぶなど、ためになる情報が得られれば
生活衛生に関する情報
生活や衛生に関する情報

[ 困ったときの助けになるならば (n=44) ]

資金や法律
近所に安売店等が進出し売上が極端に減ったときなど組合組織で補助して欲しい
資金繰り
なにかしら困ったとき
集団食中毒などを出してしまったとき
集客・資金・経営など
資金繰りやトラブルの際
好ましく無い客の対応
お金
金銭的な事業など
お金、人材
仕事上のトラブルなど
衛生関係の問題が生じたとき
運転資金、設備投資等の比較的貸付条件が他金融機関よりも緩やかで、無保証人と低利での融資
資金面の融資
保険など
経済的、法律的に困ったとき
金銭面
資金調達など
お金が無い、トラブル
営業している際に生じる疑問の回答や、対処法が知りたいとき
お客さんがどうしたら入るのか
税務署や保健所など専門的な知識がいる際のやりとり
金銭など
食中毒の蔓延時にサポート
病気・怪我や増改築の低利融資
商売に行き詰ったとき、情報が欲しいとき
ウィルスなどが発生したとき
そのときの状況に応じて色々
何かあえばと思って選択した
自己解決が難しい問題にぶつかったとき
資金調達など安い金利での貸し出し
自分で判断できないとき、助言が欲しいとき
お金
税務署に入られたとき

## 事業を行う上で必要な情報収集経路（全体）【Web調査】

全体 (n=151)



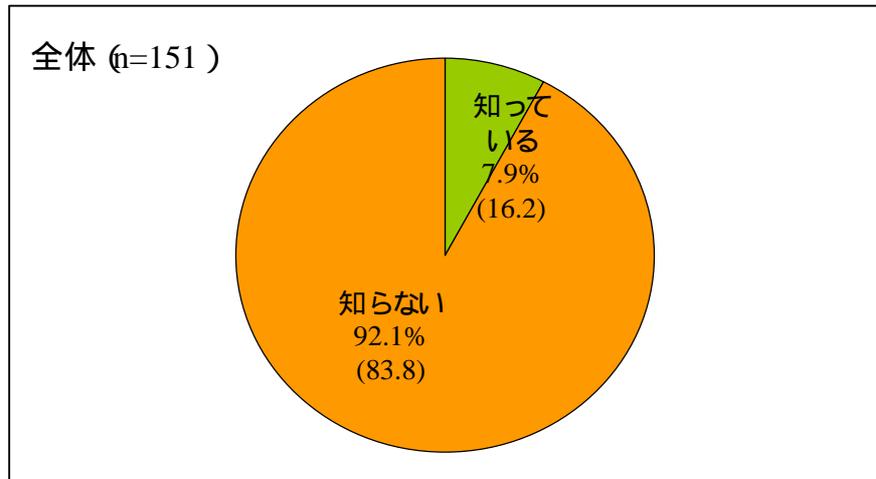
		友人(同業者)や親等との情報交換	商店街などの地域交流により得る	テレビや新聞等の報道から	インターネットを利用している	一般の雑誌や本等を参考にしている	積極的な情報収集等をしていない
全体 (n=151)		36.4	17.2	17.2	63.6	15.9	13.9
年齢	40歳未満 (n=59)	37.3	22.0	20.3	54.2	18.6	13.6
	40歳以上60歳未満 (n=90)	36.7	14.4	14.4	70.0	14.4	13.3
	60歳以上 (n=2)	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	50.0
従業員人数	3人以下 (n=103)	37.9	15.5	14.6	67.0	13.6	13.6
	5人以下 (n=26)	30.8	26.9	23.1	46.2	19.2	19.2
	10人以下 (n=13)	30.8	23.1	15.4	69.2	7.7	15.4
	11人以上 (n=9)	44.4	0.0	33.3	66.7	44.4	0.0

(%)

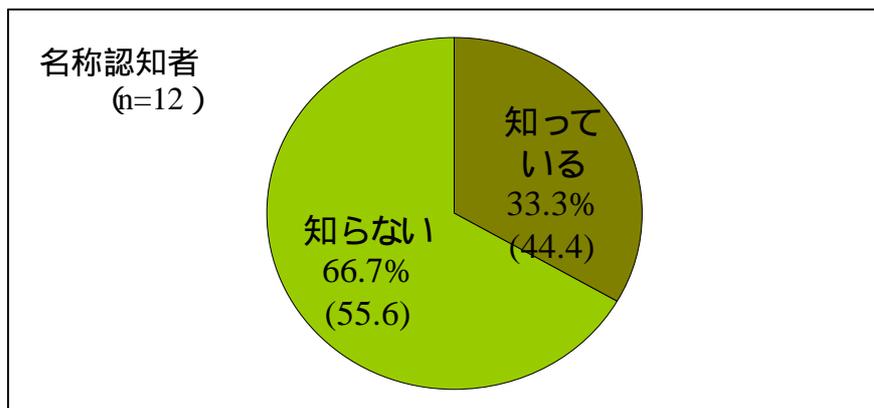
- ✓ 非加入者の情報収集経路は、「同業の友人や親等」の身近な人的ルート36.1%(54.1)、「商店街などの地域交流」17.2%(25.2)が少なく、インターネット63.6%(21.1)が3倍増となったのは、調査方法による大きな影響と考えられる。
- ✓ サンプル数が少なく参考程度ではあるが、対象者の年齢や従業員数別に見ても、その傾向に変わりない。(「従業員数4-5人」層がやや異なるが)
- ✓ 社会一般の傾向と比べると、インターネットの利用は実勢に近いと思われる。
- ✓ 積極的に情報収集をしていない人は13.9%(15.8)とより低く、事業を行なう上で必要な何らかの情報の入手を幅広くしている。

( 2 ) 都道府県生活衛生営業指導センターについて

都道府県生活衛生指導センターの認知度【Web調査】



[ センターの事業内容の認知 (n=12) ]



[ 認知している事業内容 (n=4) ]

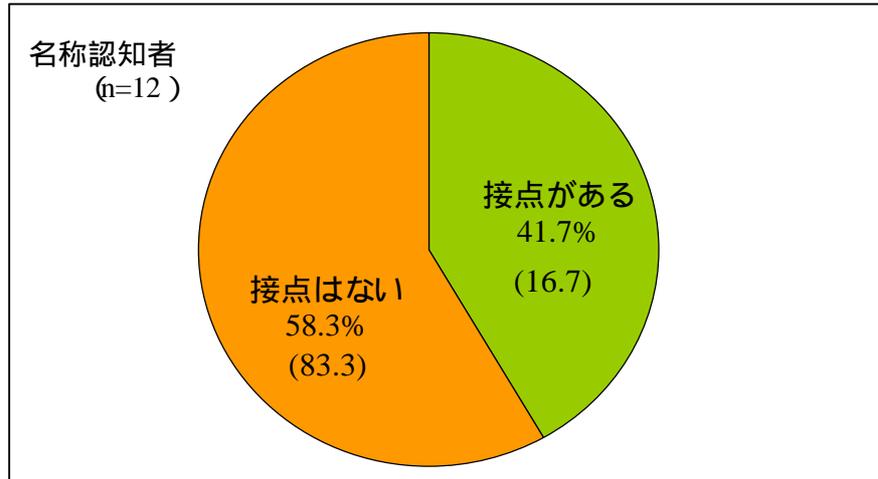
衛生基準の相談	2	(7)
研修会・講習会	3	(3)
融資相談	2	(3)
経営相談	4	(1)
苦情相談		(1)
情報収集提供	1	(1)
大会・展示会など		(1)
その他		(1) (実数)

- ✓ センターの認知度は7.9%で、組合認知度 ( 31.3% + 15.3% ) より大幅に低かった。
- ✓ 事業内容の認知は、認知者全体の半数以下 ( 33.3% ) で、全体の3%に過ぎない。
- ✓ 認知しているセンターの事業内容内容は、経営相談 ( 4/4名 ) ・研修講習会 ( 3/4名 ) ・衛生基準 ( 2/4名 ) ・融資相談 ( 2/4名 ) となった。

		合計	知っている	知らない
全 体		151	12	139
		100.0%	7.9%	92.1%
飲食小計		87	8	79
		100.0%	9.2%	90.8%
飲 食 業	すし	4	0	4
		100.0%	0.0%	100.0%
	めん類	17	1	16
		100.0%	5.9%	94.1%
	中華料理	8	0	8
		100.0%	0.0%	100.0%
	社交	5	0	5
		100.0%	0.0%	100.0%
	料理	4	1	3
		100.0%	25.0%	75.0%
	一般飲食	34	5	29
		100.0%	14.7%	85.3%
	喫茶店	9	0	9
		100.0%	0.0%	100.0%
その他の飲食店	6	1	5	
	100.0%	16.7%	83.3%	
その他小計		64	4	60
		100.0%	6.3%	93.8%
そ の 他	食鳥肉販売業	0	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%
	食肉販売業	0	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%
	理容業	20	1	19
		100.0%	5.0%	95.0%
	美容業	15	1	14
		100.0%	6.7%	93.3%
	旅館・ホテル	15	0	15
		100.0%	0.0%	100.0%
	クリーニング業	14	2	12
		100.0%	14.3%	85.7%

【単位】上段：実数、下段：%

都道府県生活衛生指導センターとの接点【Web調査】



[ 接点がある機会 (n=5) ]

研修会・講習会	2	(実数)
融資相談	2	
衛生基準の相談	1	
経営相談	1	

[ センターへの意見 (n=2) ]

何をすると
どんな仕事をしているのか教えて欲しい

# 【付 表】

1	調査結果集計結果表（組合員調査）	237
2	“ （生活衛生同業組合調査）	258
3	調査員特記事項（組合員調査）	264
4	“ （生活衛生同業組合調査）	273
5	調査票（組合員調査）	281
6	“ （生活衛生同業組合調査）	285
7	調査事項（非組合員調査）	287

1 調査結果集計結果表（組合員調査）

都道府県別業種別件数（組合員調査）

区分	TOTAL	めん類	中華料理	すし	料理	喫茶	社交	一般飲食	食肉	食鳥肉	水雪	理容	美容	興行	旅館	公衆浴場	クリーニング
TOTAL	1421	48	42	86	61	58	76	179	87	32	11	234	235	42	93	45	92
1北海道	30	2	2	2	2	2	2	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
2青森県	24	0	0	2	2	0	2	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
3岩手県	33	0	2	2	1	2	2	7	1	0	0	5	5	1	2	1	2
4宮城県	30	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0	5	5	1	2	1	2
5秋田県	33	2	2	2	0	2	2	5	2	0	0	4	6	1	2	1	2
6山形県	28	2	0	2	2	2	2	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
7福島県	28	2	2	2	0	2	2	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
8茨城県	27	2	2	2	2	2	0	0	2	0	0	5	5	1	2	0	2
9栃木県	35	2	2	2	2	0	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
10群馬県	31	2	2	2	0	0	2	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
11埼玉県	35	2	2	2	0	2	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
12千葉県	31	2	2	2	2	0	0	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
13東京都	38	2	2	2	2	2	2	5	2	2	1	5	5	1	2	1	2
14神奈川県	38	2	2	2	2	2	2	5	2	2	1	5	5	1	2	1	2
15新潟県	28	2	0	2	2	2	2	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
16富山県	32	2	2	2	2	2	2	5	0	0	0	5	5	1	2	1	2
17石川県	33	2	0	2	2	2	2	5	0	0	1	5	5	1	2	1	2
18福井県	36	2	2	2	2	2	2	5	2	0	1	5	5	1	2	1	2
19山梨県	20	0	0	2	0	0	0	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
20長野県	31	2	0	2	2	0	2	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
21岐阜県	37	2	2	2	2	2	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
22静岡県	33	2	0	2	2	0	2	5	2	2	1	5	5	0	2	1	2
23愛知県	29	2	2	2	2	2	2	2	2	0	1	5	4	1	1	1	0
24三重県	33	2	0	2	2	2	2	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
25滋賀県	22	0	0	2	0	2	0	0	2	0	0	5	5	1	2	1	2
26京都府	37	2	2	2	2	2	2	5	2	0	2	5	5	1	2	1	2
27大阪府	38	2	2	2	2	2	2	5	2	2	1	5	5	1	2	1	2
28兵庫県	37	2	2	2	2	2	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
29奈良県	23	0	0	0	0	0	0	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
30和歌山県	23	0	0	0	0	0	0	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
31鳥取県	28	0	0	2	0	2	2	5	2	0	0	5	5	0	2	1	2
32島根県	26	0	0	2	2	0	0	5	2	0	0	5	5	1	2	0	2
33岡山県	33	0	0	2	2	2	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
34広島県	33	0	0	2	2	2	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
35山口県	25	0	0	2	0	0	0	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
36徳島県	25	0	0	2	2	0	0	0	2	2	0	5	5	0	2	1	2
37香川県	29	0	0	2	0	0	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
38愛媛県	33	0	2	2	0	2	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
39高知県	26	0	2	0	0	2	2	0	2	2	0	5	5	1	2	1	2
40福岡県	34	0	0	2	2	2	2	5	2	2	1	5	5	1	2	1	2
41佐賀県	24	0	0	0	2	0	0	5	2	0	0	5	5	0	2	1	2
42長崎県	30	0	0	2	2	0	2	5	2	0	1	5	5	1	2	1	2
43熊本県	29	0	0	2	2	0	2	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
44大分県	29	0	0	2	0	2	2	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
45宮崎県	31	0	0	2	2	0	2	5	2	2	0	5	5	1	2	1	2
46鹿児島県	29	0	0	2	0	2	2	5	2	0	0	5	5	1	2	1	2
47沖縄県	24	0	0	2	0	0	2	5	0	0	0	5	5	0	2	1	2

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

問10 組合のことを知ったきっかけ

	総計	同業者から	国金の融資相談で	親や親戚から	講習会等で	パンフレットを見て	業界新聞等で	保健所で	指導センターで	その他
総計	1,421 100.0	881 62.0	57 4.0	312 22.0	9 0.6	4 0.3	10 0.7	32 2.3	10 0.7	106 7.5
めん類	48 100.0	29 60.4	2 4.2	14 29.2	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 6.3
中華料理	42 100.0	34 81.0	3 7.1	2 4.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 2.4	1 2.4	1 2.4
すし	86 100.0	57 66.3	2 2.3	13 15.1	1 1.2	0 0.0	0 0.0	2 2.3	1 1.2	10 11.6
料理	61 100.0	33 54.1	4 6.6	15 24.6	0 0.0	0 0.0	1 1.6	1 1.6	1 1.6	6 9.8
喫茶	58 100.0	36 62.1	9 15.5	6 10.3	1 1.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 1.7	5 8.6
社交	76 100.0	58 76.3	4 5.3	2 2.6	1 1.3	0 0.0	1 1.3	4 5.3	2 2.6	4 5.3
一般飲食	179 100.0	131 73.2	14 7.8	17 9.5	1 0.6	0 0.0	0 0.0	4 2.2	0 0.0	12 6.7
小計(飲食)	550 100.0	378 68.7	38 6.9	69 12.5	4 0.7	0 0.0	2 0.4	12 2.2	6 1.1	41 7.5
食肉	87 100.0	50 57.5	0 0.0	25 28.7	1 1.1	1 1.1	0 0.0	2 2.3	1 1.1	7 8.0
食鳥肉	32 100.0	23 71.9	0 0.0	6 18.8	1 3.1	1 3.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 3.1
氷雪	11 100.0	8 72.7	0 0.0	1 9.1	0 0.0	0 0.0	1 9.1	0 0.0	0 0.0	1 9.1
理容	234 100.0	117 50.0	6 2.6	90 38.5	1 0.4	0 0.0	4 1.7	2 0.9	1 0.4	13 5.6
美容	235 100.0	150 63.8	9 3.8	42 17.9	1 0.4	1 0.4	2 0.9	10 4.3	2 0.9	18 7.7
興行(映画館)	42 100.0	30 71.4	0 0.0	3 7.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 2.4	0 0.0	8 19.0
旅館	93 100.0	45 48.4	3 3.2	34 36.6	0 0.0	1 1.1	0 0.0	2 2.2	0 0.0	8 8.6
公衆浴場	45 100.0	21 46.7	1 2.2	17 37.8	0 0.0	0 0.0	1 2.2	2 4.4	0 0.0	3 6.7
クリーニング	92 100.0	59 64.1	0 0.0	25 27.2	1 1.1	0 0.0	0 0.0	1 1.1	0 0.0	6 6.5

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

問11 組合加入の動機

	総計	自分から進んで	組合の人から勧められて	親や親戚が加入していたので	国金や指導センターで勧められた	特別の理由はないが加入した	その他
総計	1,421 100.0	527 37.1	401 28.2	378 26.6	45 3.2	34 2.4	36 2.5
めん類	48 100.0	12 25.0	15 31.3	18 37.5	1 2.1	1 2.1	1 2.1
中華料理	42 100.0	12 28.6	21 50.0	5 11.9	3 7.1	0 0.0	1 2.4
すし	86 100.0	33 38.4	25 29.1	18 20.9	3 3.5	4 4.7	3 3.5
料理	61 100.0	15 24.6	16 26.2	22 36.1	3 4.9	4 6.6	4 1.6
喫茶	58 100.0	21 36.2	23 39.7	4 6.9	6 10.3	1 1.7	3 5.2
社交	76 100.0	25 32.9	35 46.1	6 7.9	7 9.2	1 1.3	2 2.6
一般飲食	179 100.0	46 25.7	78 43.6	37 20.7	7 3.9	4 2.2	7 3.9
小計(飲食)	550 100.0	164 29.8	213 38.7	110 20.0	30 5.5	15 2.7	18 3.3
食肉	87 100.0	28 32.2	24 27.6	31 35.6	0 0.0	1 1.1	3 3.4
食鳥肉	32 100.0	10 31.3	12 37.5	9 28.1	0 0.0	0 0.0	1 3.1
氷雪	11 100.0	3 27.3	3 27.3	4 36.4	0 0.0	1 9.1	0 0.0
理容	234 100.0	106 45.3	34 14.5	83 35.5	2 0.9	5 2.1	4 1.7
美容	235 100.0	130 55.3	49 20.9	41 17.4	10 4.3	3 1.3	2 0.9
興行(映画館)	42 100.0	19 45.2	13 31.0	5 11.9	0 0.0	2 4.8	3 7.1
旅館	93 100.0	19 20.4	26 28.0	39 41.9	3 3.2	4 4.3	2 2.2
公衆浴場	45 100.0	10 22.2	8 17.8	23 51.1	0 0.0	2 4.4	2 4.4
クリーニング	92 100.0	38 41.3	19 20.7	33 35.9	0 0.0	1 1.1	1 1.1

問12 組合の必要性

	当然必要である	必要はない	どちらかといえればあった方がよい	わからない
総計	984 69.2	26 1.8	342 24.1	69 4.9
めん類	25 52.1	0 0.0	20 41.7	3 6.3
中華料理	29 69.0	0 0.0	12 28.6	1 2.4
すし	56 65.1	7 8.1	18 20.9	5 5.8
料理	34 55.7	0 0.0	18 29.5	9 14.8
喫茶	35 60.3	0 0.0	22 37.9	1 1.7
社交	52 68.4	2 2.6	16 21.1	6 7.9
一般飲食	114 63.7	5 2.8	47 26.3	13 7.3
小計(飲食)	345 62.7	14 2.5	153 27.8	38 6.9
食肉	57 65.5	3 3.4	21 24.1	6 6.9
食鳥肉	11 34.4	1 3.1	17 53.1	3 9.4
氷雪	8 72.7	0 0.0	3 27.3	0 0.0
理容	178 76.1	5 2.1	43 18.4	8 3.4
美容	172 73.2	2 0.9	55 23.4	6 2.6
興行(映画館)	27 64.3	0 0.0	12 28.6	3 7.1
旅館	76 81.7	1 1.1	13 14.0	3 3.2
公衆浴場	41 91.1	0 0.0	4 8.9	0 0.0
クリーニング	69 75.0	0 0.0	21 22.8	2 2.2

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

問13 組合に加入して良かったと感じた事（複数回答）

	総計	国金の低利融資を受けられた	同業者との親睦交流や情報交換が図れた	各種共済事業に加入できた	割引制度を利用することができた	有用で適切な情報が入手できた	経営や衛生上の指導や相談を受けられた	研修会に参加し、知識技能等を修得できた	特にない	その他
総計	1,421 100.0	779 54.8	1,127 79.3	302 21.3	61 4.3	330 23.2	372 26.2	656 46.2	81 5.7	7 0.5
めん類	48 100.0	18 37.5	39 81.3	10 20.8	0 0.0	16 33.3	18 37.5	21 43.8	3 6.3	0 0.0
中華料理	42 100.0	29 69.0	35 83.3	6 14.3	0 0.0	9 21.4	10 23.8	17 40.5	2 4.8	1 2.4
すし	86 100.0	40 46.5	68 79.1	11 12.8	2 2.3	29 33.7	20 23.3	40 46.5	11 12.8	1 1.2
料理	61 100.0	32 52.5	40 65.6	7 11.5	3 4.9	11 18.0	17 27.9	14 23.0	8 13.1	0 0.0
喫茶	58 100.0	45 77.6	41 70.7	7 12.1	4 6.9	10 17.2	15 25.9	18 31.0	5 8.6	1 1.7
社交	76 100.0	40 52.6	57 75.0	7 9.2	19 25.0	16 21.1	30 39.5	18 23.7	7 9.2	0 0.0
一般飲食	179 100.0	109 60.9	134 74.9	42 23.5	12 6.7	37 20.7	46 25.7	54 30.2	15 8.4	0 0.0
小計（飲食）	550 100.0	313 56.9	414 75.3	90 16.4	40 7.3	128 23.3	156 28.4	182 33.1	51 9.3	3 0.5
食肉	87 100.0	40 46.0	59 67.8	26 29.9	3 3.4	24 27.6	27 31.0	34 39.1	6 6.9	2 2.3
食鳥肉	32 100.0	13 40.6	24 75.0	5 15.6	1 3.1	9 28.1	9 28.1	6 18.8	4 12.5	0 0.0
氷雪	11 100.0	5 45.5	10 90.9	0 0.0	0 0.0	1 9.1	6 54.5	6 54.5	0 0.0	0 0.0
理容	234 100.0	142 60.7	188 80.3	86 36.8	3 1.3	29 12.4	48 20.5	158 67.5	3 1.3	0 0.0
美容	235 100.0	135 57.4	196 83.4	56 23.8	4 1.7	42 17.9	54 23.0	152 64.7	9 3.8	2 0.9
興行（映画館）	42 100.0	8 19.0	39 92.9	1 2.4	4 9.5	21 50.0	8 19.0	10 23.8	1 2.4	0 0.0
旅館	93 100.0	39 41.9	79 84.9	11 11.8	2 2.2	41 44.1	26 28.0	32 34.4	5 5.4	0 0.0
公衆浴場	45 100.0	29 64.4	35 77.8	8 17.8	2 4.4	12 26.7	25 55.6	13 28.9	1 2.2	0 0.0
クリーニング	92 100.0	55 59.8	83 90.2	19 20.7	2 2.2	23 25.0	13 14.1	63 68.5	1 1.1	0 0.0

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

問14 組合に加入して障害であると感じたこと

	総計	料金、営業方法 など営業上の各 種自主規制	各種の行事や 調査等への参 加、協力	会費の負担	特にない	その他
総計	1,419 100.0	161 11.3	198 14.0	239 16.8	1,014 71.5	28 2.0
めん類	48 100.0	0 0.0	11 22.9	7 14.6	36 75.0	0 0.0
中華料理	42 100.0	1 2.4	10 23.8	6 14.3	31 73.8	1 2.4
すし	86 100.0	2 2.3	11 12.8	12 14.0	69 80.2	2 2.3
料理	61 100.0	0 0.0	9 14.8	10 16.4	46 75.4	0 0.0
喫茶	58 100.0	1 1.7	8 13.8	11 19.0	44 75.9	0 0.0
社交	76 100.0	2 2.6	10 13.2	20 26.3	51 67.1	0 0.0
一般飲食	179 100.0	3 1.7	25 14.0	21 11.7	147 82.1	5 2.8
小計(飲食)	550 100.0	9 1.6	84 15.3	87 15.8	424 77.1	8 1.5
食肉	87 100.0	1 1.1	8 9.2	20 23.0	68 78.2	1 1.1
食鳥肉	32 100.0	0 0.0	5 15.6	9 28.1	20 62.5	0 0.0
氷雪	11 100.0	1 9.1	3 27.3	2 18.2	8 72.7	0 0.0
理容	233 100.0	81 34.8	22 9.4	22 9.4	149 63.9	4 1.7
美容	235 100.0	33 14.0	42 17.9	39 16.6	158 67.2	12 5.1
興行(映画館)	42 100.0	6 14.3	3 7.1	8 19.0	31 73.8	0 0.0
旅館	92 100.0	2 2.2	11 12.0	21 22.8	67 72.8	1 1.1
公衆浴場	45 100.0	9 20.0	7 15.6	9 20.0	30 66.7	1 2.2
クリーニング	92 100.0	19 20.7	13 14.1	22 23.9	59 64.1	1 1.1

問15 組合の活動への参加状況

	参加している	あまり参加 していない	全く参加し ていない
総計	1,144 80.6	232 16.3	44 3.1
めん類	32 66.7	13 27.1	3 6.3
中華料理	28 66.7	11 26.2	3 7.1
すし	65 76.5	18 21.2	2 2.4
料理	37 60.7	23 37.7	1 1.6
喫茶	30 51.7	22 37.9	6 10.3
社交	51 67.1	20 26.3	5 6.6
一般飲食	136 76.0	32 17.9	11 6.1
小計(飲食)	379 69.0	139 25.3	31 5.6
食肉	70 80.5	12 13.8	5 5.7
食鳥肉	23 71.9	9 28.1	0 0.0
氷雪	9 81.8	1 9.1	1 9.1
理容	209 89.3	25 10.7	0 0.0
美容	212 90.2	19 8.1	4 1.7
興行(映画館)	39 92.9	3 7.1	0 0.0
旅館	82 88.2	10 10.8	1 1.1
公衆浴場	37 82.2	8 17.8	0 0.0
クリーニング	84 91.3	6 6.5	2 2.2

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

問16 参加している組合活動の内容（複数回答）

	総計	大会、総会、総代会等	研修会や講習会	社会貢献活動(ボランティア活動等)	経営相談事業	福利厚生事業(視察旅行、レクリエーション)	IT事業	事務代行事業	販売促進事業	共同購入等事業	情報提供事業	消費者対策事業	共済、保険事業	共同施設の設置、利用	団体活動(環境保全、各種規制対応、融資制度拡充等)	その他
総計	1,142 100.0	1,024 89.7	867 75.9	161 14.1	63 5.5	343 30.0	29 2.5	19 1.7	45 3.9	88 7.7	73 6.4	40 3.5	164 14.4	10 0.9	140 12.3	7 0.6
めん類	32 100.0	27 84.4	20 62.5	11 34.4	3 9.4	6 18.8	3.1	1 3.1	0.0	0.0	5 6.3	1 3.1	4 12.5	0.0	0 18.8	0 0.0
中華料理	28 100.0	22 78.6	24 85.7	5 17.9	3 10.7	5 17.9	0.0	1 3.6	0.0	0.0	7 3.6	0.0	7 25.0	0.0	0 14.3	0 0.0
すし	65 100.0	58 89.2	46 70.8	13 20.0	3 4.6	14 21.5	5 7.7	0 0.0	8 12.3	7 10.8	7 10.8	1 1.5	6 9.2	0 0.0	7 10.8	0 0.0
料理	37 100.0	33 89.2	26 70.3	4 10.8	2 5.4	6 16.2	2.7	1 2.7	1 2.7	1 2.7	1 5.4	2 5.4	1 2.7	0 0.0	6 16.2	0 0.0
喫茶	30 100.0	28 93.3	19 63.3	3 10.0	5 16.7	5 16.7	0.0	0 0.0	2 6.7	2 10.0	3 23.3	0.0	3 10.0	1 3.3	3 10.0	0 0.0
社交	49 100.0	45 91.8	37 75.5	10 20.4	2 4.1	18 36.7	1 2.0	2 4.1	0.0	0.0	0 10.2	0.0	0 0.0	0.0	0 20.4	0 0.0
業 一般飲食	136 100.0	120 88.2	90 66.2	27 19.9	3 2.2	57 41.9	2 1.5	3 2.2	2 1.5	2 1.5	6 2.2	3 2.2	19 14.0	1 0.7	17 12.5	2 1.5
小計(飲食)	377 100.0	333 88.3	262 69.5	73 19.4	21 5.6	111 29.4	10 2.7	8 2.1	13 3.4	29 7.7	27 7.2	4 1.1	40 10.6	2 0.5	53 14.1	2 0.5
食肉	70 100.0	60 85.7	51 72.9	11 15.7	2 2.9	8 11.4	0.0	0 0.0	7 10.0	7 18.6	3 4.3	12 17.1	19 27.1	1 1.4	7 10.0	0 0.0
食鳥肉	23 100.0	19 82.6	14 60.9	2 8.7	4 17.4	3 13.0	0.0	0 0.0	6 26.1	4 17.4	2 8.7	1 4.3	3 13.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
氷雪	9 100.0	8 88.9	6 66.7	0 0.0	0 0.0	1 11.1	0.0	1 11.1	3 33.3	0 0.0	1 22.2	0.0	0 0.0	0.0	2 22.2	0 0.0
理容	209 100.0	189 90.4	181 86.6	30 14.4	9 4.3	82 39.2	4 1.9	2 1.0	1 0.5	4 4.8	8 3.8	5 2.4	45 21.5	4 1.9	15 7.2	1 0.5
美容	212 100.0	198 93.4	182 85.8	27 12.7	11 5.2	84 39.6	4 1.9	3 1.4	0 0.0	4 1.9	7 3.3	6 2.8	32 15.1	1 0.5	25 11.8	1 0.5
興行(映画館)	39 100.0	36 92.3	19 48.7	3 7.7	1 2.6	10 25.6	0.0	2 5.1	4 10.3	4 2.6	7 17.9	3 7.7	0 0.0	0.0	7 17.9	1 2.6
旅館	82 100.0	75 91.5	57 69.5	4 4.9	8 9.8	14 17.1	10 12.2	1 1.2	7 8.5	7 8.5	10 12.2	0 0.0	4 4.9	1 1.2	16 19.5	1 1.2
公衆浴場	37 100.0	32 86.5	19 51.4	6 16.2	1 2.7	4 10.8	0.0	2 5.4	0 0.0	0 27.0	2 5.4	0 0.0	9 24.3	1 2.7	10 27.0	1 2.7
クリーニング	84 100.0	74 88.1	76 90.5	5 6.0	6 7.1	26 31.0	1 1.2	0 0.0	4 4.8	4 10.7	9 6.0	9 10.7	12 14.3	0 0.0	5 6.0	0 0.0

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

問17 現在の組合活動について

	総計	満足している	不満である	どちらとも いえない
総計	1,420 100.0	659 46.4	109 7.7	652 45.9
めん類	48 100.0	22 45.8	5 10.4	21 43.8
中華料理	42 100.0	17 40.5	4 9.5	21 50.0
すし	86 100.0	40 46.5	8 9.3	38 44.2
料理	61 100.0	24 39.3	3 4.9	34 55.7
喫茶	58 100.0	27 46.6	3 5.2	28 48.3
社交	76 100.0	34 44.7	6 7.9	36 47.4
一般飲食	179 100.0	93 52.0	11 6.1	75 41.9
小計(飲食)	550 100.0	257 46.7	40 7.3	253 46.0
食肉	87 100.0	41 47.1	5 5.7	41 47.1
食鳥肉	32 100.0	11 34.4	0 0.0	21 65.6
氷雪	11 100.0	5 45.5	1 9.1	5 45.5
理容	233 100.0	99 42.5	24 10.3	110 47.2
美容	235 100.0	107 45.5	24 10.2	104 44.3
興行(映画館)	42 100.0	22 52.4	2 4.8	18 42.9
旅館	93 100.0	51 54.8	4 4.3	38 40.9
公衆浴場	45 100.0	25 55.6	2 4.4	18 40.0
クリーニング	92 100.0	41 44.6	7 7.6	44 47.8

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

問18 今後、組合に力を入れてもらいたい事業及び期待する事業（複数回答）

	総計	共同購入等 事業	経営相談事 業	情報提供事 業	I T 事業	事務代行事 業	販売促進事 業	社会貢献活 動(ボランティア 活動等)	技術、技能 研修	福利厚生事 業(親睦旅 行、レジャー)	消費者対策 事業	共済、保険 事業	共同施設の 設置、利用	団体活動(環境 保全、各種規 制対応、融資 制度拡充等)	その他
総計	1,412 100.0	268 19.0	338 23.9	740 52.4	206 14.6	42 3.0	270 19.1	122 8.6	389 27.5	196 13.9	280 19.8	201 14.2	61 4.3	382 27.1	49 3.5
めん類	47 100.0	14 29.8	7 14.9	28 59.6	7 14.9	1 2.1	16 34.0	4 8.5	14 29.8	4 8.5	8 17.0	7 14.9	0 0.0	7 14.9	2 4.3
中華料理	42 100.0	14 33.3	18 42.9	18 42.9	5 11.9	2 4.8	4 9.5	4 9.5	16 38.1	6 14.3	6 14.3	4 9.5	0 0.0	10 23.8	3 7.1
すし	84 100.0	17 20.2	17 20.2	45 53.6	19 22.6	2 2.4	21 25.0	7 8.3	18 21.4	8 9.5	19 22.6	6 7.1	3 3.6	19 22.6	3 3.6
料理	61 100.0	4 6.6	15 24.6	36 59.0	8 13.1	1 1.6	16 26.2	4 6.6	9 14.8	7 11.5	5 8.2	9 14.8	2 3.3	16 26.2	1 1.6
喫茶	57 100.0	15 26.3	23 40.4	27 47.4	7 12.3	0 0.0	10 17.5	6 10.5	11 19.3	9 15.8	8 14.0	7 12.3	0 0.0	17 29.8	2 3.5
社交	76 100.0	9 11.8	21 27.6	47 61.8	9 11.8	7 9.2	15 19.7	5 6.6	8 10.5	18 23.7	9 11.8	6 7.9	5 6.6	21 27.6	4 5.3
一般飲食	178 100.0	26 14.6	55 30.9	93 52.2	18 10.1	7 3.9	34 19.1	18 10.1	19 10.7	34 19.1	28 15.7	25 14.0	10 5.6	54 30.3	6 3.4
小計(飲食)	545 100.0	99 18.2	156 28.6	294 53.9	73 13.4	20 3.7	116 21.3	48 8.8	95 17.4	86 15.8	83 15.2	64 11.7	20 3.7	144 26.4	21 3.9
食肉	85 100.0	25 29.4	15 17.6	41 48.2	10 11.8	1 1.2	35 41.2	3 3.5	8 9.4	9 10.6	29 34.1	18 21.2	0 0.0	21 24.7	2 2.4
食鳥肉	32 100.0	7 21.9	8 25.0	14 43.8	3 9.4	2 6.3	19 59.4	1 3.1	3 9.4	4 12.5	6 18.8	2 6.3	0 0.0	3 9.4	1 3.1
氷雪	11 100.0	2 18.2	3 27.3	5 45.5	1 9.1	0 0.0	3 27.3	2 18.2	0 0.0	1 9.1	3 27.3	1 9.1	0 0.0	7 63.6	1 9.1
理容	232 100.0	45 19.4	50 21.6	114 49.1	33 14.2	3 1.3	6 2.6	22 9.5	96 41.4	41 17.7	62 26.7	64 27.6	9 3.9	58 25.0	8 3.4
美容	235 100.0	29 12.3	49 20.9	119 50.6	37 15.7	12 5.1	5.1 26.2	29 12.3	118 50.2	39 16.6	45 19.1	36 15.3	22 9.4	63 26.8	10 4.3
興行(映画館)	42 100.0	3 7.1	8 19.0	25 59.5	2 4.8	0 0.0	11 26.2	3 7.1	2 4.8	2 4.8	7 16.7	0 0.0	3 7.1	13 31.0	1 2.4
旅館	93 100.0	18 19.4	18 19.4	57 61.3	30 32.3	2 2.2	35 37.6	3 3.2	6 6.5	6 6.5	10 10.8	7 7.5	3 3.2	36 38.7	3 3.2
公衆浴場	45 100.0	12 26.7	15 33.3	24 53.3	1 2.2	1 2.2	7 15.6	7 15.6	4 8.9	0 0.0	7 15.6	4 8.9	1 2.2	22 48.9	2 4.4
クリーニング	92 100.0	28 30.4	16 17.4	47 51.1	16 17.4	1 1.1	26 28.3	4 4.3	57 62.0	8 8.7	28 30.4	5 5.4	3 3.3	15 16.3	0 0.0

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

問19 営業上必要な情報の入手方法（複数回答）

	総計	インターネットから	商店街などの地域交流から	組合関係者との交流から	友人(同業者)や親等との情報交換から	組合の定期刊行物等から	一般の雑誌や本等を参考にしている	テレビや新聞等の報道から	指導センターの研修会、講演会、広報誌等から	積極的な情報収集はしていない	その他
総計	1,417 100.0	462 32.6	251 17.7	892 62.9	625 44.1	368 26.0	399 28.2	388 27.4	244 17.2	62 4.4	31 2.2
めん類	48	17	10	30	21	15	14	15	5	1	0
中華料理	42 100.0	35.4 9	20.8 6	62.5 30	43.8 25	31.3 5	29.2 9	31.3 17	10.4 6	2.1 2	0.0 4
すし	86 100.0	21.4 17	14.3 20	71.4 50	59.5 41	11.9 12	21.4 34	40.5 27	14.3 11	4.8 4	9.5 2
料理	61 100.0	19.8 26	23.3 15	58.1 31	47.7 27	14.0 7	39.5 16	31.4 19	12.8 8	4.7 2	2.3 0
喫茶	57 100.0	42.6 17	24.6 11	50.8 25	44.3 20	11.5 7	26.2 28	31.1 26	13.1 10	3.3 5	0.0 3
社交	76 100.0	29.8 21.1	19.3 13.2	43.9 63.2	35.1 48.7	12.3 28.9	49.1 15.8	45.6 25.0	17.5 25.0	8.8 6.6	5.3 0.0
一般飲食	178 100.0	46 25.8	46 25.8	95 53.4	84 47.2	28 15.7	54 30.3	56 31.5	30 16.9	13 7.3	2 1.1
小計(飲食)	548 100.0	148 27.0	118 21.5	309 56.4	255 46.5	96 17.5	167 30.5	179 32.7	89 16.2	32 5.8	11 2.0
食肉	87 100.0	18 20.7	30 34.5	57 65.5	40 46.0	17 19.5	12 13.8	23 26.4	15 17.2	7 8.0	2 2.3
食鳥肉	32 100.0	8 25.0	7 21.9	21 65.6	15 46.9	5 15.6	7 21.9	6 18.8	3 9.4	1 3.1	0 0.0
氷雪	11 100.0	6 54.5	3 27.3	8 72.7	2 18.2	2 18.2	0 0.0	4 36.4	3 27.3	0 0.0	0 0.0
理容	234 100.0	81 34.6	29 12.4	162 69.2	114 48.7	86 36.8	66 28.2	44 18.8	44 18.8	7 3.0	2 0.9
美容	233 100.0	69 29.6	23 9.9	141 60.5	107 45.9	82 35.2	109 46.8	58 24.9	38 16.3	6 2.6	11 4.7
興行(映画館)	42 100.0	25 59.5	5 11.9	26 61.9	7 16.7	10 23.8	6 14.3	13 31.0	5 11.9	1 2.4	2 4.8
旅館	93 100.0	63 67.7	10 10.8	65 69.9	34 36.6	17 18.3	20 21.5	32 34.4	7 7.5	2 2.2	0 0.0
公衆浴場	45 100.0	11 24.4	9 20.0	34 75.6	15 33.3	11 24.4	4 8.9	16 35.6	13 28.9	4 8.9	1 2.2
クリーニング	92 100.0	33 35.9	17 18.5	69 75.0	36 39.1	42 45.7	8 8.7	13 14.1	27 29.3	2 2.2	2 2.2

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

問21 都道府県指導センターの存在

	総計	知っている	知らない
総計	1,417 100.0	1,071 75.6	346 24.4
めん類	47 100.0	31 66.0	16 34.0
中華料理	42 100.0	34 81.0	8 19.0
すし	85 100.0	57 67.1	28 32.9
料理	60 100.0	46 76.7	14 23.3
喫茶	58 100.0	41 70.7	17 29.3
社交	76 100.0	51 67.1	25 32.9
一般飲食	179 100.0	116 64.8	63 35.2
小計(飲食)	547 100.0	376 68.7	171 31.3
食肉	87 100.0	58 66.7	29 33.3
食鳥肉	32 100.0	23 71.9	9 28.1
氷雪	11 100.0	10 90.9	1 9.1
理容	233 100.0	195 83.7	38 16.3
美容	235 100.0	185 78.7	50 21.3
興行(映画館)	42 100.0	37 88.1	5 11.9
旅館	93 100.0	59 63.4	34 36.6
公衆浴場	45 100.0	44 97.8	1 2.2
クリーニング	92 100.0	84 91.3	8 8.7

問22 実施している事業 問23 知っている事業内容(複数回答)

	ある程度 知っている	知らない
	873 81.7	196 18.3
	19 61.3	12 38.7
	27 79.4	7 20.6
	46 80.7	11 19.3
	37 80.4	9 19.6
	32 78.0	9 22.0
	39 76.5	12 23.5
	97 84.3	18 15.7
	297 79.2	78 20.8
	51 87.9	7 12.1
	20 87.0	3 13.0
	9 90.0	1 10.0
	159 81.5	36 18.5
	146 78.9	39 21.1
	31 83.8	6 16.2
	49 84.5	9 15.5
	35 79.5	9 20.5
	76 90.5	8 9.5

	経営相談(税 務、労務相談 等含む)	融資相談	衛生基準の 相談	苦情相談	標準営業約 款の登録	研修会、講 習会	情報提供事 業	大会、展示 会など	その他
	370 42.4	513 58.8	105 12.0	27 3.1	279 32.0	246 28.2	67 7.7	30 3.4	6 0.7
	8 42.1	6 31.6	2 10.5	0 0.0	8 42.1	4 21.1	6 31.6	0 0.0	0 0.0
	13 48.1	20 74.1	4 14.8	1 3.7	0 0.0	13 48.1	1 3.7	1 3.7	1 3.7
	25 54.3	35 76.1	2 4.3	1 2.2	1 2.2	18 39.1	3 6.5	1 2.2	0 0.0
	13 35.1	28 75.7	9 24.3	1 2.7	2 5.4	7 18.9	4 10.8	2 5.4	0 0.0
	18 56.3	27 84.4	3 9.4	0 0.0	0 0.0	10 31.3	1 3.1	2 6.3	0 0.0
	20 51.3	30 76.9	4 10.3	1 2.6	2 5.1	12 30.8	4 10.3	3 7.7	0 0.0
	42 43.3	72 74.2	9 9.3	1 1.0	17 17.5	29 29.9	5 5.2	6 6.2	0 0.0
	139 46.8	218 73.4	33 11.1	5 1.7	30 10.1	93 31.3	24 8.1	15 5.1	1 0.3
	20 39.2	36 70.6	7 13.7	2 3.9	3 5.9	14 27.5	10 19.6	3 5.9	0 0.0
	9 45.0	18 90.0	2 10.0	0 0.0	0 0.0	8 40.0	1 5.0	1 5.0	0 0.0
	3 33.3	4 44.4	0 0.0	0 0.0	0 0.0	7 77.8	1 11.1	1 11.1	0 0.0
	64 40.3	66 41.5	23 14.5	5 3.1	111 69.8	21 13.2	7 4.4	3 1.9	2 1.3
	56 38.4	63 43.2	19 13.0	6 4.1	92 63.0	27 18.5	6 4.1	1 0.7	2 1.4
	17 54.8	19 61.3	4 12.9	1 3.2	0 0.0	11 35.5	7 22.6	1 3.2	0 0.0
	25 51.0	35 71.4	9 18.4	0 0.0	0 0.0	16 32.7	5 10.2	1 2.0	1 2.0
	17 48.6	23 65.7	5 14.3	0 0.0	2 5.7	11 31.4	4 11.4	3 8.6	0 0.0
	20 26.3	31 40.8	3 3.9	8 10.5	41 53.9	38 50.0	2 2.6	1 1.3	0 0.0

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

問24 都道府県指導センターとの接点の有無

	総計	接点がある	接点はない
総計	1,056 100.0	679 64.3	377 35.7
めん類	30 100.0	18 60.0	12 40.0
中華料理	33 100.0	23 69.7	10 30.3
すし	57 100.0	31 54.4	26 45.6
料理	45 100.0	26 57.8	19 42.2
喫茶	39 100.0	21 53.8	18 46.2
社交	50 100.0	36 72.0	14 28.0
業	115 100.0	69 60.0	46 40.0
一般飲食	369 100.0	224 60.7	145 39.3
小計(飲食)	55 100.0	36 65.5	19 34.5
食肉	23 100.0	11 47.8	12 52.2
食鳥肉	10 100.0	8 80.0	2 20.0
水雪	194 100.0	126 64.9	68 35.1
理容	183 100.0	118 64.5	65 35.5
美容	37 100.0	23 62.2	14 37.8
興行(映画館)	58 100.0	34 58.6	24 41.4
旅館	44 100.0	31 70.5	13 29.5
公衆浴場	83 100.0	68 81.9	15 18.1
クリーニング			

問25 接点の内容(利用・参加したことがある事業等)(複数回答)

	経営相談(税務、労務相談等含む)	融資相談	衛生基準の相談	苦情相談	標準営業約款の登録	研修会、講習会	情報提供事業	大会、展示会など	その他
	137 20.2	283 41.7	49 7.2	14 2.1	209 30.8	298 43.9	101 14.9	75 11.0	22 3.2
	3 16.7	2 11.1	1 5.6	0 0.0	5 27.8	8 44.4	7 38.9	3 16.7	0 0.0
	5 21.7	15 65.2	1 4.3	0 0.0	0 0.0	15 65.2	3 13.0	2 8.7	0 0.0
	9 29.0	23 74.2	2 6.5	0 0.0	1 3.2	18 58.1	3 9.7	1 3.2	0 0.0
	6 23.1	18 69.2	3 11.5	0 0.0	0 0.0	7 26.9	2 7.7	2 7.7	2 7.7
	7 33.3	14 66.7	1 4.8	0 0.0	0 0.0	9 42.9	3 14.3	2 9.5	2 9.5
	13 36.1	21 58.3	3 8.3	1 2.8	0 0.0	17 47.2	7 19.4	3 8.3	0 0.0
	13 18.8	37 53.6	2 2.9	2 2.9	10 14.5	38 55.1	10 14.5	8 11.6	1 1.4
	56 25.0	130 58.0	13 5.8	3 1.3	16 7.1	112 50.0	35 15.6	21 9.4	5 2.2
	7 19.4	13 36.1	3 8.3	0 0.0	0 0.0	11 30.6	9 25.0	12 33.3	3 8.3
	2 18.2	3 27.3	1 9.1	0 0.0	0 0.0	5 45.5	3 27.3	4 36.4	0 0.0
	0 0.0	3 37.5	2 25.0	0 0.0	0 0.0	4 50.0	2 25.0	2 25.0	1 12.5
	22 17.5	47 37.3	9 7.1	1 0.8	93 73.8	33 26.2	14 11.1	7 5.6	1 0.8
	24 20.3	35 29.7	8 6.8	3 2.5	66 55.9	42 35.6	16 13.6	6 5.1	2 1.7
	5 21.7	8 34.8	2 8.7	0 0.0	0 0.0	10 43.5	6 26.1	6 26.1	2 8.7
	10 29.4	11 32.4	3 8.8	1 2.9	0 0.0	20 58.8	7 20.6	8 23.5	3 8.8
	5 16.1	12 38.7	4 12.9	0 0.0	2 6.5	15 48.4	7 22.6	7 22.6	2 6.5
	6 8.8	21 30.9	4 5.9	6 8.8	32 47.1	46 67.6	2 2.9	2 2.9	3 4.4

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

〔組合加入年数別・性別等〕

問10 組合のことを知ったきっかけ

	総計	同業者から	国等の融資相談で	親や親戚から	講習会等で	パンフレットを見て	業界新聞等で	保健所で	指導センターで	その他
総計	1,421 100.0	881 62.0	57 4.0	312 22.0	9 0.6	4 0.3	10 0.7	32 2.3	10 0.7	106 7.5
組合加入年										
4年以下	87 100.0	57 65.5	12 13.8	10 11.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 5.7
5～9年	85 100.0	61 71.8	5 5.9	13 15.3	1 1.2	0 0.0	1 1.2	0 0.0	0 0.0	4 4.7
10～19年	236 100.0	166 70.3	12 5.1	30 12.7	3 1.3	0 0.0	2 0.8	8 3.4	3 1.3	12 5.1
20年以上	1,013 100.0	597 58.9	28 2.8	259 25.6	5 0.5	4 0.4	7 0.7	24 2.4	4 0.4	85 8.4
性別										
男性	1,153 100.0	705 61.1	44 3.8	270 23.4	5 0.4	4 0.3	9 0.8	19 1.6	6 0.5	91 7.9
女性	268 100.0	176 65.7	13 4.9	42 15.7	4 1.5	0 0.0	1 0.4	13 4.9	4 1.5	15 5.6
年齢										
39歳以下	113 100.0	58 51.3	7 6.2	36 31.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 8.8
40～59歳	742 100.0	454 61.2	37 5.0	173 23.3	3 0.4	3 0.4	6 0.8	15 2.0	5 0.7	46 6.2
60歳以上	566 100.0	369 65.2	13 2.3	103 18.2	6 1.1	1 0.2	4 0.7	17 3.0	3 0.5	50 8.8
経営形態別										
個人専業	896 100.0	568 63.4	38 4.2	192 21.4	7 0.8	0 0.0	6 0.7	22 2.5	5 0.6	58 6.5
個人兼業	49 100.0	29 59.2	3 6.1	7 14.3	0 0.0	0 0.0	3 6.1	1 2.0	2 4.1	4 8.2
法人専業	400 100.0	232 58.0	14 3.5	104 26.0	2 0.5	2 0.8	3 0.3	8 2.0	2 0.5	34 8.5
法人兼業	76 100.0	52 68.4	2 2.6	9 11.8	0 0.0	1 1.3	1 0.0	1 1.3	1 1.3	10 13.2
従業員数別										
5人未満	843 100.0	536 63.6	29 3.4	180 21.4	3 0.4	1 0.1	9 1.1	22 2.6	6 0.7	57 6.8
5～9人	331 100.0	192 58.0	19 5.7	80 24.2	6 1.8	0 0.0	1 0.3	6 1.8	3 0.9	24 7.3
10～30人	173 100.0	105 60.7	8 4.6	37 21.4	0 0.0	2 1.2	0 0.0	4 2.3	0 0.0	17 9.8
30人以上	10 100.0	9 90.0	0 0.0	1 10.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
地域別										
都市部	1,203 100.0	752 62.5	53 4.4	251 20.9	8 0.7	3 0.2	9 0.7	28 2.3	7 0.6	92 7.6
郡部	218 100.0	129 59.2	4 1.8	61 28.0	1 0.5	1 0.5	1 0.5	4 1.8	3 1.4	14 6.4
業歴										
5年未満	61 100.0	38 62.3	9 14.8	6 9.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 9.8
5～9年	66 100.0	46 69.7	5 7.6	11 16.7	1 1.5	0 0.0	1 1.5	0 0.0	0 0.0	2 3.0
10～20年	199 100.0	140 70.4	10 5.0	26 13.1	1 0.5	1 0.0	0 1.0	6 3.0	2 1.0	12 6.0
20年以上	1,095 100.0	657 60.0	33 3.0	269 24.6	7 0.6	4 0.4	7 0.6	26 2.4	6 0.5	86 7.9

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

〔組合加入年数別・性別等〕

問11 組合加入の動機

	総計	自分から進んで	組合の人から勧められて	親や親戚が加入していたので	国金や指導センターで勧められた	特別の理由はないが加入した	その他
総計	1,421 100.0	527 37.1	401 28.2	378 26.6	45 3.2	34 2.4	36 2.5
組合加入年数別							
4年以下	87 100.0	30 34.5	28 32.2	10 11.5	15 17.2	4 4.6	0 0.0
5～9年	85 100.0	26 30.6	43 50.6	9 10.6	3 3.5	1 1.2	3 3.5
10～19年	236 100.0	95 40.3	82 34.7	41 17.4	7 3.0	7 3.0	4 1.7
20年以上	1,013 100.0	376 37.1	248 24.5	318 31.4	20 2.0	22 2.2	29 2.9
性別							
男性	1,153 100.0	412 35.7	327 28.4	325 28.2	31 2.7	25 2.2	33 2.9
女性	268 100.0	115 42.9	74 27.6	53 19.8	14 5.2	9 3.4	3 1.1
年齢							
39歳以下	113 100.0	26 23.0	25 22.1	45 39.8	10 8.8	4 3.5	3 2.7
40～59歳	742 100.0	249 33.6	227 30.6	202 27.2	28 3.8	20 2.7	16 2.2
60歳以上	566 100.0	252 44.5	149 26.3	131 23.1	7 1.2	10 1.8	17 3.0
経営形態別							
個人専業	896 100.0	364 40.6	244 27.2	226 25.2	26 2.9	19 2.1	17 1.9
個人兼業	49 100.0	13 26.5	19 38.8	9 18.4	4 8.2	2 4.1	2 4.1
法人専業	400 100.0	126 31.5	112 28.0	126 31.5	13 3.3	8 2.0	15 3.8
法人兼業	76 100.0	24 31.6	26 34.2	17 22.4	2 2.6	5 6.6	2 2.6
従業員数別							
5人未満	843 100.0	335 39.7	238 28.2	219 26.0	19 2.3	18 2.1	14 1.7
5～9人	331 100.0	112 33.8	92 27.8	89 26.9	19 5.7	7 2.1	12 3.6
10～30人	173 100.0	56 32.4	50 28.9	49 28.3	6 3.5	8 4.6	4 2.3
30人以上	10 100.0	4 40.0	5 50.0	1 10.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
地域別							
都市部	1,203 100.0	450 37.4	337 28.0	312 25.9	42 3.5	31 2.6	31 2.6
郡部	218 100.0	77 35.3	64 29.4	66 30.3	3 1.4	3 1.4	5 2.3
業歴							
5年未満	61 100.0	22 36.1	14 23.0	7 11.5	13 21.3	4 6.6	1 1.6
5～9年	66 100.0	22 33.3	32 48.5	7 10.6	3 4.5	1 1.5	1 1.5
10～20年	199 100.0	86 43.2	71 35.7	33 16.6	6 3.0	2 1.0	1 0.5
20年以上	1,095 100.0	397 36.3	284 25.9	331 30.2	23 2.1	27 2.5	33 3.0

問12 組合の必要性

	当然必要である	必要はない	どちらかといえば良い	どちらかといえは悪い	わからない
総計	984 69.2	26 1.8	342 24.1	69 4.9	
組合加入年数別					
4年以下	47 54.0	0 0.0	34 39.1	6 6.9	
5～9年	46 54.1	3 3.5	30 35.3	6 7.1	
10～19年	150 63.6	6 2.5	70 29.7	10 4.2	
20年以上	741 73.1	17 1.7	208 20.5	47 4.6	
性別					
男性	810 70.3	21 1.8	267 23.2	55 4.8	
女性	174 64.9	5 1.9	75 28.0	14 5.2	
年齢					
39歳以下	63 55.8	1 0.9	38 33.6	11 9.7	
40～59歳	506 68.2	16 2.2	187 25.2	33 4.4	
60歳以上	415 73.3	9 1.6	117 20.7	25 4.4	
経営形態別					
個人専業	627 70.0	11 1.2	213 23.8	45 5.0	
個人兼業	31 63.3	0 0.0	15 30.6	3 6.1	
法人専業	275 68.8	10 2.5	96 24.0	19 4.8	
法人兼業	51 67.1	5 6.6	18 23.7	2 2.6	
従業員数別					
5人未満	589 69.9	16 1.9	196 23.3	42 5.0	
5～9人	226 68.3	7 2.1	87 26.3	11 3.3	
10～30人	115 66.5	2 1.2	47 27.2	9 5.2	
30人以上	6 60.0	0 0.0	3 30.0	1 10.0	
地域別					
都市部	847 70.4	22 1.8	276 22.9	58 4.8	
郡部	137 62.8	4 1.8	66 30.3	11 5.0	
業歴					
5年未満	36 59.0	0 0.0	22 36.1	3 4.9	
5～9年	32 48.5	1 1.5	26 39.4	7 10.6	
10～20年	126 63.3	5 2.5	58 29.1	10 5.0	
20年以上	790 72.1	20 1.8	236 21.6	49 4.5	

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

〔組合加入年数別・性別等〕

問13 組合に加入して良かったと感じた事（複数回答）

	総計	国金の低利融資を受けられたことができた	同業者との親睦交流や情報交換が図れた	各種共済事業に加入できた	割引制度を利用することができた	有用で適切な情報が入手できた	経営や衛生上の指導や相談を受けたことができた	研修会に参加し、知識技能を修得できた	特にない	その他
総計	1,421 100.0	779 54.8	1,127 79.3	302 21.3	61 4.3	330 23.2	372 26.2	656 46.2	81 5.7	7 0.5
組合加入年数別										
4年以下	87 100.0	47 54.0	61 70.1	9 10.3	5 5.7	17 19.5	33 37.9	27 31.0	8 9.2	0 0.0
5～9年	85 100.0	40 47.1	64 75.3	6 7.1	9 10.6	18 21.2	19 22.4	28 32.9	13 15.3	1 1.2
10～19年	236 100.0	138 58.5	173 73.3	41 17.4	19 8.1	47 19.9	57 24.2	107 45.3	14 5.9	3 1.3
20年以上	1,013 100.0	554 54.7	829 81.8	246 24.3	28 2.8	248 24.5	263 26.0	494 48.8	46 4.5	3 0.3
性別										
男性	1,153 100.0	633 54.9	922 80.0	249 21.6	43 3.7	275 23.9	289 25.1	520 45.1	64 5.6	7 0.6
女性	268 100.0	146 54.5	205 76.5	53 19.8	18 6.7	55 20.5	83 31.0	136 50.7	17 6.3	0 0.0
年齢										
39歳以下	113 100.0	58 51.3	89 78.8	17 15.0	9 8.0	20 17.7	34 30.1	46 40.7	7 6.2	1 0.9
40～59歳	742 100.0	400 53.9	577 77.8	141 19.0	37 5.0	188 25.3	179 24.1	353 47.6	51 6.9	4 0.5
60歳以上	566 100.0	321 56.7	461 81.4	144 25.4	15 2.7	122 21.6	159 28.1	257 45.4	23 4.1	2 0.4
経営形態別										
個人専業	896 100.0	531 59.3	711 79.4	210 23.4	41 4.6	173 19.3	221 24.7	456 50.9	38 4.2	2 0.2
個人兼業	49 100.0	24 49.0	38 77.6	10 20.4	5 10.2	11 22.4	18 36.7	19 38.8	4 8.2	0 0.0
法人専業	400 100.0	190 47.5	320 80.0	68 17.0	12 3.0	120 30.0	107 26.8	155 38.8	34 8.5	4 1.0
法人兼業	76 100.0	34 44.7	58 76.3	14 18.4	3 3.9	26 34.2	26 34.2	26 34.2	5 6.6	1 1.3
従業員数別										
5人未満	843 100.0	483 57.3	666 79.0	197 23.4	35 4.2	166 19.7	222 26.3	422 50.1	45 5.3	3 0.4
5～9人	331 100.0	191 57.7	263 79.5	73 22.1	16 4.8	77 23.3	73 22.1	145 43.8	19 5.7	1 0.3
10～30人	173 100.0	85 49.1	140 80.9	25 14.5	9 5.2	59 34.1	50 28.9	57 32.9	10 5.8	2 1.2
30人以上	10 100.0	2 20.0	8 80.0	2 20.0	0 0.0	3 30.0	5 50.0	5 50.0	0 0.0	0 0.0
地域別										
都市部	1,203 100.0	666 55.4	953 79.2	255 21.2	58 4.8	271 22.5	325 27.0	531 44.1	71 5.9	7 0.6
郡部	218 100.0	113 51.8	174 79.8	47 21.6	3 1.4	59 27.1	47 21.6	125 57.3	10 4.6	0 0.0
業歴										
5年未満	61 100.0	36 59.0	40 65.6	7 11.5	3 4.9	14 23.0	14 37.7	22 36.1	3 4.9	0 0.0
5～9年	66 100.0	36 54.5	49 74.2	3 4.5	8 12.1	14 21.2	16 24.2	20 30.3	9 13.6	1 1.5
10～20年	199 100.0	109 54.8	151 75.9	34 17.1	18 9.0	41 20.6	45 22.6	91 45.7	15 7.5	2 1.0
20年以上	1,095 100.0	598 54.6	887 81.0	258 23.6	32 2.9	261 23.8	288 26.3	523 47.8	54 4.9	4 0.4

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

〔組合加入年数別・性別等〕

問14 組合に加入して障害であると感じたこと

	総計	料金、営業方法 など営業上の各 種自主規制	各種の行事や 調査等への参 加、協力	会費の負担	特にない	その他
総計	1,419 100.0	161 11.3	198 14.0	239 16.8	1,014 71.5	28 2.0
組合加入年数別						
4年以下	86 100.0	6 7.0	13 15.1	22 25.6	55 64.0	2 2.3
5～9年	85 100.0	7 8.2	17 20.0	12 14.1	58 68.2	3 3.5
10～19年	236 100.0	31 13.1	35 14.8	57 24.2	156 66.1	5 2.1
20年以上	1,012 100.0	117 11.6	133 13.1	148 14.6	745 73.6	18 1.8
性別						
男性	1,151 100.0	140 12.2	159 13.8	191 16.6	820 71.2	22 1.9
女性	268 100.0	21 7.8	39 14.6	48 17.9	194 72.4	6 2.2
年齢						
39歳以下	112 100.0	15 13.4	20 17.9	34 30.4	59 52.7	3 2.7
40～59歳	741 100.0	87 11.7	115 15.5	132 17.8	515 69.5	17 2.3
60歳以上	566 100.0	59 10.4	63 11.1	73 12.9	440 77.7	8 1.4
経営形態別						
個人専業	895 100.0	120 13.4	127 14.2	156 17.4	626 69.9	18 2.0
個人兼業	49 100.0	8 16.3	10 20.4	6 12.2	33 67.3	2 4.1
法人専業	399 100.0	26 6.5	53 13.3	61 15.3	298 74.7	7 1.8
法人兼業	76 100.0	7 9.2	8 10.5	16 21.1	57 75.0	1 1.3
従業者数別						
5人未満	842 100.0	120 14.3	119 14.1	148 17.6	582 69.1	18 2.1
5～9人	331 100.0	27 8.2	46 13.9	54 16.3	245 74.0	8 2.4
10～30人	173 100.0	12 6.9	28 16.2	21 12.1	132 76.3	1 0.6
30人以上	10 100.0	0 0.0	1 10.0	3 30.0	6 60.0	0 0.0
地域別						
都市部	1,202 100.0	122 10.1	169 14.1	196 16.3	871 72.5	21 1.7
郡部	217 100.0	39 18.0	29 13.4	43 19.8	143 65.9	7 3.2
業歴						
5年未満	61 100.0	4 6.6	8 13.1	15 24.6	42 68.9	1 1.6
5～9年	66 100.0	8 12.1	13 19.7	13 19.7	43 65.2	1 1.5
10～20年	198 100.0	29 14.6	28 14.1	51 25.8	123 62.1	7 3.5
20年以上	1,094 100.0	120 11.0	149 13.6	160 14.6	806 73.7	19 1.7

問15 組合の活動への参加状況

	参加している	あまり参加していない	全く参加していない
総計	1,144 80.6	232 16.3	44 3.1
組合加入年数別			
4年以下	53 60.9	27 31.0	7 8.0
5～9年	54 63.5	25 29.4	6 7.1
10～19年	173 73.6	49 20.9	13 5.5
20年以上	864 85.3	131 12.9	18 1.8
性別			
男性	934 81.1	185 16.1	33 2.9
女性	210 78.4	47 17.5	11 4.1
年齢			
39歳以下	81 71.7	25 22.1	7 6.2
40～59歳	588 79.4	129 17.4	24 3.2
60歳以上	475 83.9	78 13.8	13 2.3
経営形態別			
個人専業	715 79.8	149 16.6	32 3.6
個人兼業	37 75.5	12 24.5	0 0.0
法人専業	327 82.0	60 15.0	12 3.0
法人兼業	65 85.5	11 14.5	0 0.0
従業者数別			
5人未満	677 80.3	139 16.5	27 3.2
5～9人	263 79.7	53 16.1	14 4.2
10～30人	146 84.4	24 13.9	3 1.7
30人以上	7 70.0	3 30.0	0 0.0
地域別			
都市部	963 80.1	196 16.3	43 3.6
郡部	181 83.0	36 16.5	1 0.5
業歴			
5年未満	40 65.6	15 24.6	6 9.8
5～9年	37 56.1	26 39.4	3 4.5
10～20年	138 69.7	50 25.3	10 5.1
20年以上	929 84.8	141 12.9	25 2.3

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

(組合加入年数別・性別等)  
問16 参加している組合活動の内容(複数回答)

	総計	大会、総 会、総代 等	研修会や講 習会	社会貢献活 動(ボランティア 活動等)	経営相談事 業	福利厚生事 業(親睦旅 行、レクリエ ション)	IT事業	専務代行事 業	販売促進事 業	共同購入等 事業	情報提供事 業	消費者対策 事業	共済、保険 事業	共同施設の 設置、利用	団体活動(環 境保全、各 種規制対 応、融資制 度拡充等)	その他
総計	1,142	1,024	867	161	63	343	29	19	45	88	73	40	164	10	140	7
100.0	89.7	75.9	14.1	5.5	30.0	2.5	1.7	3.9	7.7	6.4	3.5	14.4	0.9	12.3	0.6	
組合	53	47	35	11	3	14	3	1	1	2	3	2	2	2	7	0
100.0	88.7	66.0	20.8	5.7	26.4	5.7	1.9	1.9	3.8	5.7	3.8	3.8	3.8	13.2	0.0	
加入	54	43	45	6	3	22	2	1	0	3	6	0	2	0	0	0
100.0	79.6	83.3	11.1	5.6	40.7	3.7	1.9	0.0	5.6	11.1	14	0.0	3.7	0.0	0.0	
年	171	153	132	30	6	55	5	4	1	9	14	0	23	1	23	0
100.0	89.5	77.2	17.5	3.5	32.2	2.9	2.3	0.6	5.3	8.2	8.2	0.0	13.5	0.6	13.5	0.0
数	864	781	655	114	51	252	19	13	43	74	50	38	137	7	110	7
100.0	90.4	75.8	13.2	5.9	29.2	2.2	1.5	5.0	8.4	8.6	5.8	4.4	15.9	0.8	12.7	0.8
別	934	845	705	132	52	263	24	16	40	78	65	35	134	7	116	6
男性	90.5	75.5	14.1	5.6	28.2	2.6	1.7	4.3	8.4	8.4	7.0	3.7	14.3	0.7	12.4	0.6
女性	208	179	162	29	11	80	5	3	5	10	8	5	30	3	24	1
100.0	86.1	77.9	13.9	5.3	38.5	2.4	1.4	2.4	4.8	4.8	3.8	2.4	14.4	1.4	11.5	0.5
39歳以下	81	64	64	13	3	23	6	2	2	4	9	2	8	1	7	1
100.0	79.0	79.0	16.0	3.7	28.4	7.4	2.5	2.5	4.9	11.1	11.1	2.5	9.9	1.2	8.6	1.2
40~59歳	586	528	464	92	34	178	19	11	17	33	42	18	77	4	59	2
100.0	90.1	79.2	15.7	5.8	30.4	3.2	1.9	2.9	5.6	7.2	3.1	13.1	13.1	10.1	0.3	
60歳以上	475	432	339	56	26	142	4	6	26	51	22	20	79	5	74	4
100.0	90.9	71.4	11.8	5.5	29.9	0.8	1.3	5.5	10.7	4.6	4.6	4.2	16.6	1.1	15.6	0.8
個人専業	713	640	572	107	37	241	14	9	18	49	34	18	113	6	79	4
100.0	89.8	80.2	15.0	5.2	33.8	2.0	1.3	2.5	6.9	4.8	4.8	2.5	15.8	0.8	11.1	0.6
個人兼業	37	32	24	6	3	9	0	1	1	3	1	1	9	1	6	0
100.0	86.5	64.9	16.2	8.1	24.3	0.0	2.7	2.7	8.1	2.7	2.7	2.7	24.3	2.7	16.2	0.0
法人専業	327	292	227	39	20	83	14	8	18	28	32	15	37	3	46	2
100.0	89.3	69.4	11.9	6.1	25.4	4.3	2.4	5.5	8.6	9.8	9.8	4.6	11.3	0.9	14.1	0.6
法人兼業	65	60	44	9	3	10	1	8	8	8	6	6	5	0	9	1
100.0	92.3	67.7	13.8	4.6	15.4	1.5	1.5	12.3	12.3	9.2	9.2	9.2	7.7	0.0	13.8	1.5
5人未満	675	600	531	98	40	224	15	8	18	55	32	19	104	6	78	5
100.0	88.9	78.7	14.5	5.9	33.2	2.2	1.2	2.7	8.1	4.7	4.7	2.8	15.4	0.9	11.6	0.7
5~9人	263	245	192	43	9	77	9	6	11	15	25	9	40	3	31	1
100.0	93.2	73.0	16.3	3.4	29.3	3.4	2.3	4.2	5.7	5.7	9.5	3.4	15.2	1.1	11.8	0.4
10~30人	146	128	103	16	7	35	3	5	11	12	8	6	18	1	22	1
100.0	87.7	70.5	11.0	4.8	24.0	2.1	3.4	7.5	8.2	5.5	5.5	4.1	12.3	0.7	15.1	0.7
30人以上	7	6	4	1	0	1	0	0	1	1	1	2	2	0	1	0
100.0	85.7	57.1	14.3	0.0	14.3	0.0	0.0	14.3	14.3	14.3	14.3	28.6	28.6	0.0	14.3	0.0
都市部	961	861	722	144	56	277	29	17	42	74	64	35	133	10	123	7
100.0	89.6	75.1	15.0	5.8	28.8	3.0	1.8	4.4	7.7	6.7	6.7	3.6	13.8	1.0	12.8	0.7
郡部	181	163	145	17	7	66	0	2	3	14	9	5	31	0	17	0
100.0	90.1	80.1	9.4	3.9	36.5	0.0	1.1	1.7	7.7	5.0	5.0	2.8	17.1	0.0	9.4	0.0
5人未満	40	36	24	5	1	12	3	0	1	1	3	2	3	2	4	0
100.0	90.0	60.0	12.5	2.5	30.0	7.5	0.0	2.5	2.5	2.5	7.5	5.0	7.5	5.0	10.0	0.0
5~9年	37	28	30	5	1	16	2	0	0	0	3	0	2	0	1	0
100.0	75.7	81.1	13.5	2.7	43.2	5.4	0.0	0.0	0.0	0.0	8.1	0.0	5.4	0.0	2.7	0.0
10~20年	136	122	115	28	6	47	2	3	2	5	15	0	14	0	13	0
100.0	89.7	84.6	20.6	4.4	34.6	1.5	2.2	1.5	3.7	11.0	11.0	0.0	10.3	0.0	9.6	0.0
20年以上	929	838	698	123	55	268	22	16	42	82	52	38	145	8	122	7
100.0	90.2	75.1	13.2	5.9	28.8	2.4	1.7	4.5	8.8	5.6	5.6	4.1	15.6	0.9	13.1	0.8

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査

(組合加入年数別・性別等)

問17 現在の組合活動について

	総計	満足している	不満である	どちらとも いえない
総計	1,420 100.0	659 46.4	109 7.7	652 45.9
組合加入年数別				
4年以下	86 100.0	38 44.2	7 8.1	41 47.7
5～9年	85 100.0	30 35.3	7 8.2	48 56.5
10～19年	236 100.0	95 40.3	23 9.7	118 50.0
20年以上	1,013 100.0	496 49.0	72 7.1	445 43.9
性別				
男性	1,152 100.0	535 46.4	92 8.0	525 45.6
女性	268 100.0	124 46.3	17 6.3	127 47.4
年齢				
39歳以下	112 100.0	32 28.6	13 11.6	67 59.8
40～59歳	742 100.0	324 43.7	68 9.2	350 47.2
60歳以上	566 100.0	303 53.5	28 4.9	235 41.5
経営形態別				
個人専業	895 100.0	418 46.7	69 7.7	408 45.6
個人兼業	49 100.0	22 44.9	3 6.1	24 49.0
法人専業	400 100.0	179 44.8	30 7.5	191 47.8
法人兼業	76 100.0	40 52.6	7 9.2	29 38.2
従業者数別				
5人未満	842 100.0	377 44.8	58 6.9	407 48.3
5～9人	331 100.0	168 50.8	36 10.9	127 38.4
10～30人	173 100.0	88 50.9	12 6.9	73 42.2
30人以上	10 100.0	4 40.0	0 0.0	6 60.0
地域別				
都市部	1,203 100.0	577 48.0	89 7.4	537 44.6
郡部	217 100.0	82 37.8	20 9.2	115 53.0
業歴				
5年未満	61 100.0	29 47.5	4 6.6	28 45.9
5～9年	66 100.0	22 33.3	6 9.1	38 57.6
10～20年	198 100.0	75 37.9	20 10.1	103 52.0
20年以上	1,095 100.0	533 48.7	79 7.2	483 44.1

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*  
 (組合加入年数別・性別等)  
 問18 今後、組合に力を入れてもりたい事業及び期待する事業(複数回答)

	総計	共同購入等 事業	経営相談事 業	情報提供事 業	IT事業	事務代行事 業	販売促進事 業	社会貢献活 動(ボランティア 活動等)	技術、技能 研修	福利厚生事 業(親睦旅 行、レジャー)	消費者対策 事業	共済、保険 事業	共同施設の 設置、利用	団体活動(環境 保全、各種規 制対応、融資 制度拡充等)	その他
総計	1,412 100.0	268 19.0	338 23.9	740 52.4	206 14.6	42 3.0	270 19.1	122 8.6	389 27.5	196 13.9	280 19.8	201 14.2	61 4.3	382 27.1	49 3.5
組合	86 100.0	8 9.3	31 36.0	50 58.1	19 22.1	4 4.7	14 16.3	5 5.8	17 19.8	11 12.8	15 17.4	8 9.3	3 3.5	3 31.4	0 0.0
加入年数	85 100.0	11 12.9	20 23.5	38 44.7	19 22.4	1 1.2	12 14.1	4 4.7	22 25.9	10 11.8	12 14.1	10 11.8	5 5.9	5 28.2	5 5.9
年齢	236 100.0	38 16.1	69 29.2	120 50.8	23 9.7	8 3.4	39 16.5	28 11.9	66 28.0	34 14.4	46 19.5	37 15.7	10 4.2	65 27.5	8 3.4
性別	1,005 100.0	211 21.0	218 21.7	532 52.9	145 14.4	29 2.9	205 20.4	85 8.5	284 28.3	141 14.0	207 20.6	146 14.5	43 4.3	266 26.5	36 3.6
性別	1,146 100.0	233 20.3	269 23.5	599 52.3	172 15.0	29 2.5	236 20.6	96 8.4	292 25.5	155 13.5	241 21.0	162 14.1	43 3.8	323 28.2	41 3.6
性別	266 100.0	35 13.2	69 25.9	141 53.0	34 12.8	13 4.9	34 12.8	26 9.8	97 36.5	41 15.4	39 14.7	39 14.7	18 6.8	59 22.2	8 3.0
年齢	112 100.0	17 15.2	38 33.9	50 44.6	20 17.9	6 5.4	21 18.8	8 7.1	32 28.6	10 8.9	14 12.5	18 16.1	5 4.5	34 30.4	4 3.6
年齢	738 100.0	120 16.3	172 23.3	401 54.3	126 17.1	24 3.3	132 17.9	68 9.2	207 28.0	91 12.3	155 21.0	101 13.7	42 5.7	190 25.7	23 3.1
年齢	562 100.0	131 23.3	128 22.8	289 51.4	60 10.7	12 2.1	117 20.8	46 8.2	150 26.7	95 16.9	111 19.8	82 14.6	14 2.5	158 28.1	22 3.9
経営形態	890 100.0	179 20.1	218 24.5	464 52.1	127 14.3	24 2.7	139 15.6	84 9.4	288 32.4	133 14.9	171 19.2	140 15.7	30 3.4	227 25.5	30 3.4
経営形態	49 100.0	8 16.3	13 26.5	19 38.8	4 8.2	1 2.0	8 16.3	6 12.2	13 26.5	9 18.4	5 10.2	8 16.3	5 10.2	5 34.7	1 2.0
経営形態	397 100.0	70 17.6	87 21.9	215 54.2	68 17.1	17 4.3	102 25.7	27 6.8	76 19.1	45 11.3	84 21.2	48 12.1	21 5.3	116 29.2	14 3.5
経営形態	76 100.0	11 14.5	20 26.3	42 55.3	7 9.2	0 0.0	21 27.6	5 6.6	12 15.8	9 11.8	20 26.3	5 6.6	5 6.6	22 28.9	4 5.3
従業者数	837 100.0	164 19.6	208 24.9	418 49.9	113 13.5	23 2.7	123 14.7	79 9.4	267 31.9	128 15.3	170 20.3	139 16.6	32 3.8	216 25.8	29 3.5
従業者数	328 100.0	54 16.5	73 22.3	195 59.5	58 17.7	9 2.7	72 22.0	26 7.9	82 25.0	45 13.7	64 19.5	43 13.1	17 5.2	94 28.7	10 3.0
従業者数	173 100.0	35 20.2	42 24.3	93 53.8	25 14.5	7 4.0	43 24.9	16 9.2	24 13.9	17 9.8	29 16.8	16 9.2	7 4.0	43 24.9	8 4.6
従業者数	10 100.0	3 30.0	0 0.0	4 40.0	0 0.0	0 0.0	4 40.0	1 10.0	0 0.0	0 0.0	3 30.0	2 20.0	2 20.0	3 30.0	0 0.0
地域	1,195 100.0	222 18.6	284 23.8	636 53.2	177 14.8	39 3.3	237 19.8	105 8.8	324 27.1	164 13.7	231 19.3	177 14.8	47 3.9	321 26.9	41 3.4
地域	217 100.0	46 21.2	54 24.9	104 47.9	29 13.4	3 1.4	33 15.2	17 7.8	65 30.0	32 14.7	49 22.6	24 11.1	14 6.5	61 28.1	8 3.7
業歴	61 100.0	6 9.8	26 42.6	37 60.7	13 21.3	3 4.9	10 16.4	4 6.6	11 18.0	6 9.8	9 14.8	6 9.8	5 8.2	16 26.2	0 0.0
業歴	65 100.0	9 13.8	15 23.1	27 41.5	16 24.6	2 3.1	9 13.8	2 3.1	17 26.2	9 13.8	10 15.4	11 16.9	3 4.6	15 23.1	4 6.2
業歴	199 100.0	25 12.6	56 28.1	100 50.3	27 13.6	6 3.0	29 14.6	26 13.1	57 28.6	29 14.6	34 17.1	34 17.1	13 6.5	53 26.6	7 3.5
業歴	1,087 100.0	228 21.0	241 22.2	576 53.0	150 13.8	31 2.9	222 20.4	90 8.3	304 28.0	152 14.0	227 20.9	150 13.8	40 3.7	298 27.4	38 3.5

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

(組合加入年数別・性別等)

問19 営業上必要な情報の入手方法(複数回答)

	総計	インターネットから	商店街などの地域交流から	組合関係者との交流から	友人(同業者)や親等との情報交換から	組合の定期刊行物等から	一般の雑誌や本等を参考にしている	テレビや新聞等の報道から	指導センターの研修会、講演会、広報誌等から	積極的な情報収集はしていない	その他
総計	1,417 100.0	462 32.6	251 17.7	892 62.9	625 44.1	368 26.0	399 28.2	388 27.4	244 17.2	62 4.4	31 2.2
組合加入年数別											
4年以下	87 100.0	39 44.8	8 9.2	41 47.1	56 64.4	10 11.5	36 41.4	25 28.7	10 11.5	2 2.3	3 3.4
5～9年	85 100.0	41 48.2	19 22.4	39 45.9	40 47.1	13 15.3	32 37.6	26 30.6	5 5.9	4 4.7	3 3.5
10～19年	236 100.0	80 33.9	35 14.8	139 58.9	106 44.9	49 20.8	83 35.2	68 28.8	37 15.7	10 4.2	6 2.5
20年以上	1,009 100.0	302 29.9	189 18.7	673 66.7	423 41.9	296 29.3	248 24.6	269 26.7	192 19.0	46 4.6	19 1.9
性別											
男性	1,150 100.0	410 35.7	219 19.0	732 63.7	504 43.8	282 24.5	315 27.4	306 26.6	191 16.6	39 3.4	26 2.3
女性	267 100.0	52 19.5	32 12.0	160 59.9	121 45.3	86 32.2	84 31.5	82 30.7	53 19.9	23 8.6	5 1.9
年齢											
39歳以下	113 100.0	52 46.0	13 11.5	60 53.1	54 47.8	20 17.7	42 37.2	30 26.5	13 11.5	2 1.8	3 2.7
40～59歳	740 100.0	287 38.8	121 16.4	439 59.3	338 45.7	185 25.0	243 32.8	222 30.0	106 14.3	30 4.1	20 2.7
60歳以上	564 100.0	123 21.8	117 20.7	393 69.7	233 41.3	163 28.9	114 20.2	136 24.1	125 22.2	30 5.3	8 1.4
経営形態別											
個人専業	895 100.0	238 26.6	163 18.2	577 64.5	422 47.2	258 28.8	252 28.2	224 25.0	160 17.9	44 4.9	15 1.7
個人兼業	49 100.0	17 34.7	8 16.3	34 69.4	19 38.8	13 26.5	13 26.5	10 20.4	8 16.3	3 6.1	2 4.1
法人専業	397 100.0	170 42.8	68 17.1	240 60.5	162 40.8	78 19.6	115 29.0	125 31.5	60 15.1	12 3.0	10 2.5
法人兼業	76 100.0	37 48.7	12 15.8	41 53.9	22 28.9	19 25.0	19 25.0	29 38.2	16 21.1	3 3.9	4 5.3
従業員数別											
5人未満	842 100.0	210 24.9	145 17.2	555 65.9	385 45.7	247 29.3	240 28.5	221 26.2	148 17.6	44 5.2	16 1.9
5～9人	329 100.0	117 35.6	57 17.3	193 58.7	149 45.3	74 22.5	95 28.9	91 27.7	62 18.8	16 4.9	6 1.8
10～30人	173 100.0	91 52.6	37 21.4	104 60.1	62 35.8	32 18.5	49 28.3	55 31.8	23 13.3	1 0.6	7 4.0
30人以上	10 100.0	5 50.0	1 10.0	6 60.0	4 40.0	3 30.0	4 40.0	3 30.0	2 20.0	0 0.0	0 0.0
地域別											
都市部	1,199 100.0	388 32.4	219 18.3	762 63.6	523 43.6	310 25.9	330 27.5	336 28.0	201 16.8	54 4.5	26 2.2
郡部	218 100.0	74 33.9	32 14.7	130 59.6	102 46.8	58 26.6	69 31.7	52 23.9	43 19.7	8 3.7	5 2.3
業歴											
5年未満	61 100.0	29 47.5	5 8.2	33 54.1	32 52.5	11 18.0	28 45.9	13 21.3	5 8.2	1 1.6	4 6.6
5～9年	66 100.0	29 43.9	14 21.2	27 40.9	37 56.1	13 19.7	23 34.8	20 30.3	4 6.1	3 4.5	1 1.5
10～20年	199 100.0	72 36.2	24 12.1	111 55.8	99 49.7	41 20.6	78 39.2	56 28.1	30 15.1	8 4.0	6 3.0
20年以上	1,091 100.0	332 30.4	208 19.1	721 66.1	457 41.9	303 27.8	270 24.7	299 27.4	205 18.8	50 4.6	20 1.8

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

〔組合加入年数別・性別等〕

問21 都道府県指導センターの存在

	総計	知っている	知らない
総計	1,417 100.0	1,071 75.6	346 24.4
組 合 加 入 年 数			
4年以下	87	62	25
5～9年	85	71.3	28.7
10～19年	236	61.2	38.8
20年以上	1,009	79.8	211
別 別			
男性	1,149	88.1	268
女性	268	76.7	23.3
39歳以下	113	70.9	29.1
40～59歳	742	66.4	33.6
60歳以上	562	73.9	26.1
個人専業	895	66.8	227
個人兼業	49	74.6	25.4
法人専業	399	83.7	16.3
法人兼業	74	75.9	24.1
5人未満	842	640	202
5～9人	330	246	84
10～30人	172	132	40
30人以上	10	5	5
都市部	1,201	910	291
郡部	216	161	55
5年未満	61	43	18
5～9年	66	36	30
10～20年	199	133	66
20年以上	1,091	859	232

問22 実施している事業 問23 知っている事業内容（複数回答）

	経営相談（税務、労務相談等含む）	融資相談	衛生基準の相談	苦情相談	標準営業約款の登録	研修会、講習会	情報提供事業	大会、展示会など	その他
ある程度 知っている	873 81.7	513 58.8	105 12.0	27 42.4	279 32.0	246 28.2	67 7.7	30 3.4	6 0.7
知らない	196 18.3	33 3.1	5 0.6	1 1.3	3 0.4	10 1.1	5 0.6	1 0.1	0 0.0
組 合 加 入 年 数									
4年以下	17	33	5	1	3	10	5	1	0
5～9年	39.5	76.7	11.6	2.3	7.0	23.3	11.6	2.3	0.0
10～19年	17	22	7	1	4	9	0	0	1
20年以上	50.0	64.7	20.6	2.9	11.8	26.5	0.0	0.0	2.9
別 別									
男性	36	78	17	3	39	38	12	7	0
女性	30.0	65.0	14.2	2.5	32.5	31.7	10.0	5.8	0.0
39歳以下	300	380	76	22	233	189	50	22	5
40～59歳	44.4	56.2	11.2	3.3	34.5	28.0	7.4	3.3	0.7
60歳以上	307	432	84	21	220	210	56	26	3
個人専業	42.6	59.9	11.7	2.9	30.5	29.1	7.8	3.6	0.4
個人兼業	63	81	21	6	59	36	11	4	3
法人専業	41.4	53.3	13.8	3.9	38.8	23.7	7.2	2.6	2.0
法人兼業	22	30	10	0	9	9	7	0	2
5人未満	45.8	62.5	20.8	0.0	18.8	18.8	14.6	0.0	4.2
5～9人	175	257	53	12	139	129	26	15	4
10～30人	40.4	59.4	12.2	2.8	32.1	29.8	6.0	3.5	0.9
30人以上	173	226	42	15	131	108	34	15	0
都市部	44.1	57.7	10.7	3.8	33.4	27.6	8.7	3.8	0.0
郡部	228	309	62	22	218	129	34	15	4
5年未満	42.3	57.3	11.5	4.1	40.4	23.9	6.3	2.8	0.7
5～9年	16	20	6	0	6	10	3	0	0
10～20年	45.7	57.1	17.1	0.0	17.1	28.6	8.6	0.0	0.0
20年以上	101	150	31	2	50	89	25	12	2
個人専業	40.9	60.7	12.6	0.8	20.2	36.0	10.1	4.9	0.8
個人兼業	25	34	6	3	5	18	5	3	0
法人専業	48.1	65.4	11.5	5.8	9.6	34.6	9.6	5.8	0.0
法人兼業	218	287	58	18	213	130	37	15	3
5人未満	41.8	55.0	11.1	3.4	40.8	24.9	7.1	2.9	0.6
5～9人	85	134	29	6	46	61	17	9	1
10～30人	41.5	65.4	14.1	2.9	22.4	29.8	8.3	4.4	0.5
30人以上	49	68	9	2	14	38	9	4	0
都市部	48.0	66.7	8.8	2.0	13.7	37.3	8.8	3.9	0.0
郡部	2	2	2	0	0	0	1	1	0
5年未満	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0
5～9年	314	444	95	24	215	212	62	29	5
10～20年	42.3	59.8	12.8	3.2	28.9	28.5	8.3	3.9	0.7
20年以上	56	69	10	3	64	34	5	1	1
個人専業	43.1	53.1	7.7	2.3	49.2	26.2	3.8	0.8	0.8
個人兼業	12	24	4	2	2	3	3	0	0
法人専業	42.9	85.7	14.3	7.1	7.1	10.7	10.7	0.0	0.0
法人兼業	9	11	6	0	4	7	0	0	1
5人未満	40.9	50.0	27.3	0.0	18.2	31.8	0.0	0.0	4.5
5～9年	101	66	13	4	31	31	7	5	0
10～20年	34.7	65.3	12.9	4.0	30.7	30.7	6.9	5.0	0.0
20年以上	314	412	82	21	242	205	57	25	5
個人専業	43.5	57.1	11.4	2.9	33.5	28.4	7.9	3.5	0.7
個人兼業									
法人専業									
法人兼業									

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 \*\*\*

〔組合加入年数別・性別等〕

問24 都道府県指導センターとの接点の有無

	総計	接点がある	接点はない
総計	1,056	679	377
組合加入年数別	100.0	64.3	35.7
4年以下	60	33	27
5～9年	100.0	55.0	45.0
10～19年	52	22	30
20年以上	100.0	42.3	57.7
性別	153	100	53
男性	100.0	65.4	34.6
女性	791	524	267
年齢	100.0	66.2	33.8
39歳以下	867	569	298
40～59歳	100.0	65.6	34.4
60歳以上	189	110	79
個人専業	100.0	58.2	41.8
個人兼業	72	37	35
法人専業	660	424	236
法人兼業	100.0	64.2	35.8
従業者数	41	26	15
5人未満	100.0	63.4	36.6
5～9人	296	195	101
10～30人	100.0	65.9	34.1
30人以上	59	34	25
地域別	100.0	57.6	42.4
5人未満	634	412	222
5～9人	100.0	65.0	35.0
10～30人	243	161	82
30人以上	100.0	66.3	33.7
業歴	126	73	53
5年未満	100.0	57.9	42.1
5～9年	5	2	3
10～20年	100.0	40.0	60.0
20年以上	897	590	307
その他	100.0	65.8	34.2
業種別	159	89	70
5年未満	100.0	56.0	44.0
5～9年	41	21	20
10～20年	100.0	51.2	48.8
20年以上	36	15	21
その他	100.0	41.7	58.3
業種別	131	82	49
5年未満	100.0	62.6	37.4
5～9年	848	561	287
10～20年	100.0	66.2	33.8
20年以上			

問25 接点の内容（利用・参加したことがある事業等）（複数回答）

	経営相談（税務、労務相談等含む）	融資相談	衛生基準の相談	苦情相談	標準営業約款の登録	研修会、講習会	情報提供事業	大会、展示会など	その他
総計	137	283	49	14	209	298	101	75	22
4年以下	20.2	41.7	7.2	2.1	30.8	43.9	14.9	11.0	3.2
5～9年	27.3	48.5	3.0	6.1	6.1	33.3	24.2	3.0	3.0
10～19年	6	8	1	0	4	10	2	2	3
20年以上	27.3	36.4	4.5	0.0	18.2	45.5	9.1	9.1	13.6
性別	12	43	10	2	31	48	13	13	2
男性	100.0	43.0	10.0	2.0	31.0	48.0	13.0	13.0	2.0
女性	110	216	37	10	172	229	78	59	16
年齢	21.0	41.2	7.1	1.9	32.8	43.7	14.9	11.3	3.1
39歳以下	110	245	41	10	174	243	83	65	21
40～59歳	19.3	43.1	7.2	1.8	30.6	42.7	14.6	11.4	3.7
60歳以上	27	38	8	4	35	55	18	10	1
個人専業	24.5	34.5	7.3	3.6	31.8	50.0	16.4	9.1	0.9
個人兼業	8	19	3	0	6	13	7	2	1
法人専業	21.6	51.4	8.1	0.0	16.2	35.1	18.9	5.4	2.7
法人兼業	64	137	22	7	116	150	54	41	13
従業者数	18.4	39.4	6.3	2.0	33.3	43.1	15.5	11.8	3.7
5人未満	65	127	24	7	87	135	40	32	8
5～9人	22.1	43.2	8.2	2.4	29.6	45.9	13.6	10.9	2.7
10～30人	91	180	26	11	170	177	55	34	10
30人以上	21.5	42.5	6.1	2.6	40.1	41.7	13.0	8.0	2.4
業歴	8	10	2	1	6	5	7	3	3
5年未満	30.8	38.5	7.7	3.8	23.1	19.2	26.9	11.5	11.5
5～9年	33	79	15	1	33	100	32	31	7
10～20年	16.9	40.5	7.7	0.5	16.9	51.3	16.4	15.9	3.6
20年以上	5	14	6	1	0	16	7	7	2
その他	14.7	41.2	17.6	2.9	0.0	47.1	20.6	20.6	5.9
業種別	81	171	25	11	165	171	55	33	15
5人未満	19.7	41.5	6.1	2.7	40.0	41.5	13.3	8.0	3.6
5～9人	37	71	14	2	35	66	31	21	2
10～30人	23.0	44.1	8.7	1.2	21.7	41.0	19.3	13.0	1.2
30人以上	15	31	5	0	6	41	8	14	3
地域別	20.5	42.5	6.8	0.0	8.2	56.2	11.0	19.2	4.1
5人未満	0	0	0	0	0	0	1	2	0
5～9年	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	100.0	0.0
10～20年	121	251	45	10	173	254	89	63	22
20年以上	20.5	42.5	7.6	1.7	29.3	43.1	15.1	10.7	3.7
その他	16	32	4	4	36	44	12	12	0
業種別	18.0	36.0	4.5	4.5	40.4	49.4	13.5	13.5	0.0
5年未満	8	11	1	1	2	4	5	0	1
5～9年	38.1	52.4	4.8	4.8	9.5	19.0	23.8	0.0	4.8
10～20年	3	4	0	0	4	8	0	1	1
20年以上	20.0	26.7	0.0	0.0	26.7	53.3	0.0	6.7	6.7
その他	16	33	8	3	24	40	10	10	1
業種別	19.5	40.2	9.8	3.7	29.3	48.8	12.2	12.2	1.2
5年未満	110	235	40	10	179	246	86	64	19
5～9年	19.6	41.9	7.1	1.8	31.9	43.9	15.3	11.4	3.4
10～20年									
20年以上									

2 調査結果集計結果表（生活衛生同業組合調査）  
都道府県別業種別件数（生活衛生同業組合調査）

区分	TOTAL	種類	中華料理	すし	料理	喫茶	社交	飲食	食肉	食鳥肉	氷雪	理容	美容	興行	旅館	浴場	列ニガ
TOTAL	569	24	21	43	32	29	37	36	42	19	9	47	47	44	47	45	47
1北海道	13	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
2青森県	10	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
3岩手県	13	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
4宮城県	13	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
5秋田県	13	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
6山形県	12	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
7福島県	12	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
8茨城県	11	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1
9栃木県	14	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
10群馬県	12	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
11埼玉県	14	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
12千葉県	12	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
13東京都	16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14神奈川県	16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15新潟県	12	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
16富山県	13	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1
17石川県	13	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
18福井県	15	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
19山梨県	8	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
20長野県	12	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
21岐阜県	15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
22静岡県	13	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
23愛知県	16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
24三重県	13	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
25滋賀県	9	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
26京都府	15	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
27大阪府	16	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
28兵庫県	15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
29奈良県	8	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
30和歌山県	8	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
31鳥取県	11	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
32島根県	9	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1
33岡山県	13	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
34広島県	13	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
35山口県	9	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
36徳島県	10	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1
37香川県	11	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
38愛媛県	13	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
39高知県	11	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1
40福岡県	14	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
41佐賀県	8	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1
42長崎県	12	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
43熊本県	11	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
44大分県	11	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
45宮崎県	12	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
46鹿児島県	11	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
47沖縄県	8	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査(組合に対する調査) \*\*\*

問3 組合の抱えている課題等(複数回答)

	総計	組合員の減少	組合事務所の維持・管理(経費面)	組合の活動(人員・経費両面)	情報の入手	組合員の高齢化・後継者難	組合財政の逼迫	特段なし	その他
業	総計	569 100.0	142 25.0	203 35.7	20 3.5	385 67.7	294 51.7	12 2.1	10 1.8
	めん類	24 100.0	7 29.2	7 29.2	0 0.0	19 79.2	12 50.0	0 0.0	1 4.2
	中華料理	21 100.0	5 23.8	9 42.9	2 9.5	16 76.2	10 47.6	0 0.0	0 0.0
	すし	43 100.0	15 34.9	16 37.2	0 0.0	27 62.8	25 58.1	0 0.0	0 0.0
	料理	32 100.0	15 46.9	17 53.1	4 12.5	6 18.8	20 62.5	0 0.0	0 0.0
	喫茶	29 100.0	11 37.9	13 44.8	0 0.0	12 41.4	20 69.0	0 0.0	0 0.0
	社交	37 100.0	18 48.6	16 43.2	1 2.7	16 43.2	21 56.8	0 0.0	1 2.7
	一般飲食	36 100.0	9 25.0	10 27.8	2 5.6	25 69.4	23 63.9	0 0.0	0 0.0
	小計(飲食)	222 100.0	80 36.0	88 39.6	9 4.1	121 54.5	131 59.0	0 0.0	2 0.9
	食肉	42 100.0	13 31.0	17 40.5	1 2.4	31 73.8	18 42.9	0 0.0	0 0.0
	食鳥肉	19 100.0	7 36.8	7 36.8	0 0.0	14 73.7	9 47.4	0 0.0	0 0.0
	氷雪	9 100.0	1 11.1	4 44.4	0 0.0	8 88.9	3 33.3	0 0.0	0 0.0
	理容	47 100.0	2 4.3	9 19.1	0 0.0	46 97.9	33 70.2	0 0.0	1 2.1
	美容	47 100.0	5 10.6	14 29.8	4 8.5	46 97.9	18 38.3	0 0.0	1 2.1
種	興行(映画館)	44 100.0	8 18.2	22 50.0	5 11.4	15 34.1	6 13.6	11 25.0	4 9.1
	旅館	47 100.0	6 12.8	19 40.4	1 2.1	21 44.7	31 66.0	1 2.1	2 4.3
	公衆浴場	45 100.0	10 22.2	15 33.3	0 0.0	40 88.9	17 37.8	0 0.0	0 0.0
	クリーニング	47 100.0	10 21.3	8 17.0	0 0.0	43 91.5	28 59.6	0 0.0	0 0.0

問4 組合活動の現状(組合の自己評価)

	総計	積極的に実施している	それなりに実施している	殆どやれない
総計	569 100.0	226 39.7	313 55.0	30 5.3
めん類	24 100.0	11 45.8	11 45.8	2 8.3
中華料理	21 100.0	9 42.9	11 52.4	1 4.8
すし	43 100.0	16 37.2	25 58.1	2 4.7
料理	32 100.0	10 31.3	20 62.5	2 6.3
喫茶	29 100.0	9 31.0	17 58.6	3 10.3
社交	37 100.0	18 48.6	18 48.6	1 2.7
一般飲食	36 100.0	16 44.4	19 52.8	1 2.8
小計(飲食)	222 100.0	89 40.1	121 54.5	12 5.4
食肉	42 100.0	6 14.3	33 78.6	3 7.1
食鳥肉	19 100.0	6 31.6	10 52.6	3 15.8
氷雪	9 100.0	3 33.3	6 66.7	0 0.0
理容	47 100.0	33 70.2	13 27.7	1 2.1
美容	47 100.0	33 70.2	14 29.8	0 0.0
興行(映画館)	44 100.0	7 15.9	32 72.7	5 11.4
旅館	47 100.0	17 36.2	29 61.7	1 2.1
公衆浴場	45 100.0	14 31.1	26 57.8	5 11.1
クリーニング	47 100.0	18 38.3	29 61.7	0 0.0

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査 (組合に対する調査) \*\*\*

問5 組合員に対して思うこと (複数回答)

	総計	組合活動に協力的である	具体的な意見が出ていない	組合活動にもっと積極的に参加してほしい	組合に対する要望が多すぎる	組合との連携がうまく取れていない	特段ない	その他
総計	569 100.0	181 31.8	306 53.8	373 65.6	19 3.3	82 14.4	32 5.6	22 3.9
めん類	24 100.0	8 33.3	33.3 33.3	75.0 75.0	0.0 0.0	33.3 33.3	0 0.0	2 8.3
中華料理	21 100.0	8 38.1	11 52.4	14 66.7	0 0.0	3 14.3	2 9.5	1 4.8
すし	43 100.0	13 30.2	25 58.1	33 76.7	1 2.3	5 11.6	1 2.3	1 2.3
料理	32 100.0	11 34.4	16 50.0	16 50.0	1 3.1	5 15.6	1 3.1	0 0.0
喫茶	29 100.0	6 20.7	17 58.6	21 72.4	2 6.9	4 13.8	2 6.9	1 3.4
社交	37 100.0	4 10.8	22 59.5	33 89.2	1 2.7	8 21.6	1 2.7	2 5.4
一般飲食	36 100.0	8 22.2	22 61.1	26 72.2	1 2.8	6 16.7	1 2.8	0 0.0
小計(飲食)	222 100.0	58 26.1	121 54.5	161 72.5	6 2.7	39 17.6	8 3.6	7 3.2
食肉	42 100.0	14 33.3	22 52.4	25 59.5	0 0.0	4 9.5	3 7.1	2 4.8
食鳥肉	19 100.0	5 26.3	13 68.4	10 52.6	0 0.0	4 21.1	1 5.3	1 5.3
氷雪	9 100.0	4 44.4	6 66.7	5 55.6	2 22.2	0 0.0	0 0.0	0 0.0
理容	47 100.0	16 34.0	24 51.1	36 76.6	3 6.4	5 10.6	2 4.3	3 6.4
美容	47 100.0	13 27.7	24 51.1	36 76.6	3 6.4	4 8.5	1 2.1	2 4.3
興行(映画館)	44 100.0	27 61.4	14 31.8	11 25.0	1 2.3	4 9.1	10 22.7	1 2.3
旅館	47 100.0	11 23.4	27 57.4	30 63.8	1 2.1	8 17.0	4 8.5	3 6.4
公衆浴場	45 100.0	22 48.9	25 55.6	25 55.6	1 2.2	6 13.3	2 4.4	1 2.2
クリーニング	47 100.0	11 23.4	30 63.8	34 72.3	2 4.3	8 17.0	1 2.1	2 4.3

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査(組合に対する調査) \*\*\*

問6 組合に必要と思う(感じる)もの(複数回答)

	総計	活動財源の確保	役員のリーダーシップ	組合員の団結力	行政・関係団体との連携強化	人材・人員	情報	やる気	その他
総計	568 100.0	445 78.3	228 40.1	316 55.6	220 38.7	162 28.5	55 9.7	150 26.4	6 1.1
めん類	24	17	8	16	8	9	1	8	0
中華料理	100.0	70.8	33.3	66.7	33.3	37.5	4.2	33.3	0.0
	21	19	9	9	4	11	0	7	0
	100.0	90.5	42.9	42.9	19.0	52.4	0.0	33.3	0.0
すし	43	40	21	23	13	9	4	9	0
	100.0	93.0	48.8	53.5	30.2	20.9	9.3	20.9	0.0
料理	32	27	11	14	11	9	6	5	1
	100.0	84.4	34.4	43.8	34.4	28.1	18.8	15.6	3.1
喫茶	29	26	13	12	7	19	0	5	0
	100.0	89.7	44.8	41.4	24.1	65.5	0.0	17.2	0.0
社交	37	31	16	17	15	14	2	12	1
	100.0	83.8	43.2	45.9	40.5	37.8	5.4	32.4	2.7
一般飲食	36	32	19	19	17	9	3	7	0
	100.0	88.9	52.8	52.8	47.2	25.0	8.3	19.4	0.0
小計(飲食)	222	192	97	110	75	80	16	53	2
	100.0	86.5	43.7	49.5	33.8	36.0	7.2	23.9	0.9
食肉	42	34	17	18	16	9	8	8	1
	100.0	81.0	40.5	42.9	38.1	21.4	19.0	19.0	2.4
食鳥肉	19	15	2	11	6	10	1	8	0
	100.0	78.9	10.5	57.9	31.6	52.6	5.3	42.1	0.0
氷雪	9	5	5	5	3	3	0	4	0
	100.0	55.6	55.6	55.6	33.3	33.3	0.0	44.4	0.0
理容	47	36	25	32	11	10	1	23	1
	100.0	76.6	53.2	68.1	23.4	21.3	2.1	48.9	2.1
美容	47	31	23	38	25	10	5	4	0
	100.0	66.0	48.9	80.9	53.2	21.3	10.6	8.5	0.0
興行(映画館)	43	19	10	22	15	11	8	7	2
	100.0	44.2	23.3	51.2	34.9	25.6	18.6	16.3	4.7
旅館	47	42	19	28	19	6	8	13	0
	100.0	89.4	40.4	59.6	40.4	12.8	17.0	27.7	0.0
公衆浴場	45	35	10	22	32	10	4	15	0
	100.0	77.8	22.2	48.9	71.1	22.2	8.9	33.3	0.0
クリーニング	47	36	20	30	18	13	4	15	0
	100.0	76.6	42.6	63.8	38.3	27.7	8.5	31.9	0.0

\*\*\* 生活衛生同業組合等に関する意識調査(組合に対する調査) \*\*\*

問7 組合とセンターとの関係

	総計	密接に連携している	少し連携している	殆ど関係ない
総計	569 100.0	377 66.3	177 31.1	15 2.6
めん類	24 100.0	16 66.7	8 33.3	0 0.0
中華料理	21 100.0	12 57.1	7 33.3	2 9.5
すし	43 100.0	32 74.4	9 20.9	2 4.7
料理	32 100.0	20 62.5	11 34.4	1 3.1
喫茶	29 100.0	21 72.4	6 20.7	2 6.9
社交	37 100.0	24 64.9	13 35.1	0 0.0
一般飲食	36 100.0	23 63.9	13 36.1	0 0.0
小計(飲食)	222 100.0	148 66.7	67 30.2	7 3.2
食肉	42 100.0	26 61.9	14 33.3	2 4.8
食鳥肉	19 100.0	10 52.6	9 47.4	0 0.0
氷雪	9 100.0	8 88.9	1 11.1	0 0.0
理容	47 100.0	35 74.5	12 25.5	0 0.0
美容	47 100.0	31 66.0	16 34.0	0 0.0
興行(映画館)	44 100.0	21 47.7	19 43.2	4 9.1
旅館	47 100.0	31 66.0	14 29.8	2 4.3
公衆浴場	45 100.0	36 80.0	9 20.0	0 0.0
クリーニング	47 100.0	31 66.0	16 34.0	0 0.0

### 3 調査員特記事項（組合員調査）

組合	都道府県	調査員特記事項（組合員調査）
麺類	秋 田	組合員の減少と高齢化に危機感を持っている
麺類	茨 城	組合員にもかかわらず、センターをほとんど知らないとのことであったため残念な思いをした。センターで発行している広報誌を配布しているが、あまり目を通していないようである。
麺類	茨 城	経営者は時間的余裕がないために、組合活動にほとんど参加していないので、この機会に国民生活金融公庫貸付制度と併せてセンターのPRをした。
麺類	東 京	センターに対する認識が薄く、組合を通じてのセンター事業も、組合独自事業との誤解がされている
麺類	東 京	組合の活動が、組合員のメリットになるものが少なく、組合員である必要性をあまり強く抱いていない。
麺類	兵 庫	商売に向上心をもって臨み、組合の存在意義もある程度理解している。
麺類	兵 庫	組合をはじめ、公的活動に関心がない
中華	東 京	組合の必要性、設置意義、有効性を十分理解している
中華	東 京	組合の活動に対し、強く意識を持っている
中華	福 井	行政等は個性的、独創的な店舗のサポートをしてほしい
中華	愛 知	組合員の経営相談、多く話し合うこと
中華	兵 庫	同業組合の発展向上に努力しており貴重な存在である。指導センターについてもある程度理解している。
すし	岩 手	すし組合の若手役員となり やる気十分ではある。
すし	岩 手	組合未加入者が加入メリットを知らない人が多いことから、要望 提案であり設問 25等を参考に勧誘し、組合員増加に努めて欲しい旨話す。
すし	茨 城	最近は回転すし店に客を取られ、また、個人消費の伸び悩みにより厳しい状況であるため、先行き経営が維持できるかどうか心配しているようである。センターとして、何かよい打開策の妙案を提供できればよいが
すし	千 葉	二代目、親の後を継ぎ商売の形態が変わり開店すし、宅配、葬儀所など新商売ができ自分たちの営業分野が押されて売上も減少し企業努力が限界とのこと。業界の形態が大きく変化し止まっているようであった。
すし	新 潟	ありがたい質問より、各経営実態をより深く問い、よりよい改善に向け、リーダーシップで実践してもらいたいと思う
すし	福 井	イベント等の企画と積極的な参加を望んでいる
すし	長 野	役員の負担が大きく、役員になると大変だ。借入等は商工会議所でもできる。組合に入らなくても営業はできる、メリットは少ない。
すし	長 野	指導センターについて、場所も役割についても知らなかった。
すし	静 岡	今年度から発足した青年部の活動に意欲的である
すし	愛 知	当センターの活動内容や事業内容について一般の生衛組合の組合員に対してもっと幅広く宣伝 広報をすべきで、我々ですら日常的な接点がなく、一般組合員には、ほとんど貴団体の事が知られていないのが実情だと思う
すし	鳥 取	組合のメリットを感じているが具体的な活動参加までは、というところ
すし	岡 山	組合に対する理解度が深い。
すし	徳 島	すし商の経営者は「すし職人」のため、同業者間の横の連携が少なく協調性にやや欠ける面があるように思われる。

組合	都道府県	調査員特記事項(組合員調査)
すし	宮崎	近くに回転すしが新規開店したため、営業にかなり影響が出ている。近い将来廃業に追い込まれるのではと、不安感を持っている。
すし	宮崎	開業するとき、国金へ融資申込をしたが、拒否されたため、すし商組合及び国金に対して不満を持っている。
すし	鹿児島	過去、融資相談等で照会、来所している組合員は、指導センターの事業内容等、ある程度は周知している。また、組合活動にも積極的に参加している。
料理	岩手	当地方の伝統食である「もち料理」をメインとしており、昼は婦人層、観光客が主力で夜は2階の座敷が主である。将来の組合役員を期待したい。
料理	茨城	割烹料理店であるがゆえに客数が年々減少し、いつまで経営を続けられるか不安であるのが窺われた。
料理	東京	組合に長年加入している店であり、御主人は組合活動に理解があるが、多忙のため参加できないとのことであった。活動内容の工夫が必要と感じた。
料理	東京	地域の料飲組合、商店街等での活動が日常的であり、生衛組合での活動へのメリットが感じられないようであった。
料理	福井	センターが中心となって、各単組間の連携、交流をもっと密接に図るべき。
料理	岡山	組合に対する信頼、理解のある経営者である。
料理	佐賀	三代目に事業を引き継ぎ時間は出来た様だが、やや消極的な感じ。
料理	宮崎	組合員の減少により、組合が存続出来るかどうか、不安感を持っている。
喫茶	茨城	経営状態が悪い現在、毎月の公庫返済金の捻出が難しいとのことであったため、公庫へ条件変更の相談を助言した。
喫茶	東京	組合活動、地域の活動に熱心に取り組んでいた。また、高齢者であるが、パソコンに取り組み、ITの活用の必要性についても前向きな姿勢が印象的であった。
喫茶	神奈川	組合の紹介先だが、組合への意見はなし、指導センターの存在も知らないといひ、今回の調査には乗り気ではないとのこと。
喫茶	福井	組合活動の活性化を図るべきとの意向である。
喫茶	兵庫	組合に加入しているが、多くを求めていない。しかし、存在価値は認めている。
喫茶	岡山	積極的で経営感覚にすぐれている経営者である。
社交	秋田	アンケート調査を機にいろいろな事に参加し店の事に活用してみたい。
社交	福島	フランチャイズ店のため本部へ依存。
社交	神奈川	組合員への意識調査の実施に期待が大きい。調査の結果によって組合員の商売に対する思いがわかるのではないかと考えている。
社交	福井	飲酒運転抑止対策に精力的に取り組んでいるが、反面、経営への影響が大きくこの点についての対応は、業界のみならず行政や民間団体などのバックアップが必要。
社交	福井	はしご酒大会などのイベント事業の開催により、組合に活気が出てきた。
社交	岐阜	生活衛生営業指導センターに対する認識が薄い。
社交	兵庫	付き合い上やむを得ず組合に継続加入している。組合費の負担(月二千元)に対する不満が強い。
社交	兵庫	無関心。
社交	鳥取	組合活動に積極的に協力あり。
社交	鳥取	組合に先代から入っていたとい事実のみ。
社交	熊本	風営法について問題を明記して欲しい。

組 合	都道府県	調査員特記事項 (組合員調査)
社交	大 分	業歴の比較的浅い若手経営者。同業者からの勧めで組合には加入したものの、いわゆる無関心層で組合の活動等にはたいして興味をもたず、期待もしていない。
社交	宮 崎	組合加入年数は長いが、組合加入のメリットについても、全く感心が無く、ただ付き合いで加入している印象を受けた。指導センターの存在も全く無知でPR不足を痛感した。
飲食	岩 手	以前、借入過多で相談があったが、現在は順調であるとのこと。今後の当組合のリーダーシップを期待したい。
飲食	秋 田	指導センタ- の存在は知っているが、組合役員それも上層部でないと接点がないと感じた
飲食	埼 玉	営業施設は、駅近くの飲食街の一角の最適地にもかかわらず、客足は遠のく一方、飲酒運転取締強化の影響が大きく売上減となっている様子
飲食	千 葉	組合加入は役員に言われてであり、特に何かを求めることはない。付き合いで加入しているようであった。
飲食	東 京	組合はお付き合い程度に考えているようである
飲食	東 京	組合活動に、非常に熱心であることが感じられた
飲食	東 京	家族2人で切り盛りしている中で、経営上の情報に関心を持っていて、組合、指導センターを活用しているようである
飲食	東 京	指導センター業務内容のPRが必要と感じた
飲食	東 京	組合には強い関心がある様だが、指導センターの事業について、単発的に参加していたようであるが、センターの存在は記憶になかった
飲食	神奈川	組合の紹介先であるが、組合への意見はなし、指導センターの存在も知らない。
飲食	富 山	若い組合員が少ないという意見あり
飲食	富 山	関心がない
飲食	福 井	組合の事業による営業上のメリットを感じている
飲食	福 井	積極的に組合活動に取り組んでおり、指導センターにも協力的
飲食	福 井	組合との関わりが少ないことから、メリットを余り感じていない
飲食	長 野	組合事業への積極的取組みが伺える。
飲食	長 野	組合活動に前向きな姿勢が感じられる。
飲食	長 野	組合活動、指導センター事業について、自信の営業との関わりが薄いと感じている。
飲食	長 野	組合、指導センター事業の内容は、熟知していることが感じられる。
飲食	大 阪	組合活動について知らないことがある。
飲食	兵 庫	今後より一層指導センターのPRが必要
飲食	兵 庫	組合は理解しているが、指導センターと接点があるにも拘らず、理解していないように思われる。
飲食	兵 庫	経営指導、融資相談等、指導センターで受けているが組合事業として捉えている。指導センターのPRが必要
飲食	和歌山	組合は必要と認識。積極的に協力している。
飲食	和歌山	組合に対する関心度は低いですが、仕事に対しては熱心で前向きな好青年である。組合自身のPRも必要である。
飲食	鳥 取	組合活動に協力的・積極的
飲食	島 根	大手チェーン店の進出で既存店の減少。

組 合	都道府県	調査員特記事項 (組合員調査)
飲食	岡 山	組合からのコミュニケーションが必要である。
飲食	岡 山	組合の活動等をもっとアピールする必要がある。理解できていない面が多い。
飲食	佐 賀	年齢的に若いため、組合の行事等に時間をとられることが不満のようであった。
飲食	熊 本	組合員以外の融資制度があるのを知らなかったということから組合員に指導センターの事業のPRの必要性を感じた。
飲食	熊 本	市街地での営業で従業員教育に配意し、店舗印象良好、組合 指導センターとの協力、理解は良く、国金利用先であり 積極的は営業方針を持ち、地域密着形の志向あり
飲食	大 分	郡部においては地域の結びつきが強いので、組合への加入率も比較的高く、同業者が連帯感をもって活動に取り組んでいる。
飲食	大 分	指導センター事業の周知については、役員や活動に参加する組合員には浸透しているが、活動にあまり参加しない組合員への周知をどのように図っていくか検討の余地がある。
飲食	宮 崎	官庁街で永年開業しているが、以前の様な固定客が減少しており 経営にも厳しい印象を受けた。
飲食	宮 崎	店の近くに全国チェーンの居酒屋が出現したため、客の流れが変わって、経営が非常に厳しくなっている。
飲食	宮 崎	火災で全焼した後現在地に移転開業した。開業するに当たって指導センターを経由して国金の融資を受けたが、スムーズにいった感謝している。
飲食	沖 縄	支部リーダーであるが、指導センター、組合県本部 各支部との連携が理解されてなく、説明機会が必要だと感じた
飲食	沖 縄	調査についての理解が弱く、面接にて説明したところ理解をされ、ご協力いただきました。ご多忙のようで、事前にチェックしてなかったようです
飲食	沖 縄	営業状態もよく、経営並びに指導センターをうまく活用し、経営に活かしていると考えられる
飲食	沖 縄	組合活動に参加し、ポジティブに情報を入手し営業経営に活かしている
飲食	沖 縄	同業者との交流を深め、自分探しをして営業経営に活用している
食肉	秋 田	組合では、いろんな事業については指導センターと一緒にやって行く必要があるように思う
食肉	茨 城	組合及びセンターのいずれの事業にも積極的に参加しており、今回の調査についても協力的であった。
食肉	茨 城	組合員でありながらセンターを知らないとの回答を得、まだまだPR不足と痛切に感じた。
食肉	福 井	県等が行うイベント等への参加を望んでいる
食肉	長 野	BSE関係融資を受けたことがあるが、指導センター事業と結び付けては考えなかった由。センター PR不足。
食肉	静 岡	青年部の活動に積極的に参加している
食肉	兵 庫	組合の有用性を前向きに考えている。
食肉	兵 庫	組合活動に協力的な優良組合員である。
食肉	和歌山	組合の活発な事業の展開を望んでいる。
食肉	鳥 取	農水省系統の組合活動のウェイトが高いようだ
食肉	鳥 取	組合活動、組合参加等に積極性がある
食肉	岡 山	前向きな考えは、組合を支えている感がする。

組合	都道府県	調査員特記事項(組合員調査)
食肉	岡山	組合活動に積極的に参加しており 前向きな考えを持っている。組合ともっとコミュニケーションをとればよいと思う
食肉	徳島	融資等の申込みがない場合、指導センターとの接点が食肉についてはあまり見い出せない。
食肉	宮崎	近隣にスーパーマーケットなどの量販店が多く、食肉専門店としての経営は厳しく店頭販売より先病院 学校等の給食施設への納入に力を入れている。
食肉	鹿児島	組合加入年数が長くても、指導センターの存在を知っていないことから、組合にも協力をいただき広報等に努める必要がある。
食鳥肉	東京	ご夫婦で長年営業していたが、ご主人が数年前に亡くなった。その後、奥さんだけで頑張って営業を続けている。そのため、組合活動はできないようだが、誇りを持って良質な肉の提供を続けている。組合仲間に支えられている面もあると感じた。
食鳥肉	兵庫	組合事業に積極的に参加
食鳥肉	宮崎	大手業者取引先を奪われて、先行き、非常に危機感を持っている。
氷雪	福井	会員数の増加が見込まれない中で、組合活動の現状維持を危惧している
理容	岩手	指導センターの事業内容を詳しく知らない様子。(公的機関なのか県との関係等)また、組合活動もマンネリ化していると不満をもらしていたことから、ある程度のことは話した。
理容	岩手	県北郡部に位置し自己資金で創業したこともありセンターの存在を詳しく知らなかった。事業内容等を説明し困ったことがあった場合は、いつでも相談するよう伝える。
理容	岩手	月1回の定例会は開催し情報交換・コミュニケーション向上に努めている。しかし、若者の参加率が悪いように感じられた。
理容	岩手	理事長の出身地であり会議の内容 報告等は徹底され、組織的にもまとまっていると感じた。
理容	秋田	カットだけの営業者、非組合員の料金設定に危機感を抱いている
理容	茨城	付近に千円カットが出店し影響が出ている。しかし、徐々にではあるが客入り先回復傾向にあるとのことである。
理容	茨城	支部役員をしている。組合員35名いるがアンケートを取ったところ、後継者がいる店は13店であり後継者難が問題となっている。また、組合員のなかには客が減って困ったと訴え、組合で何とかして欲しいと、自分では解決策を持っていない者が多いとのことである。
理容	千葉	都市部では組合料金規制の廃止により組合加入している必要性に疑問を持っているようであった。
理容	千葉	親の代から組合加入しているので、ただ組合加入しているのみという感じである。
理容	東京	組合に対しての意見要望は、ないに をしたが、何かありそな口ぶりであった。
理容	神奈川	標準営業約款制度を業者および消費者に周知徹底させてほしい。
理容	富山	規制緩和はこのまじくない。
理容	石川	これからの新しい指導者育成について質問があった。
理容	福井	非常に多難な時期にあり組合員が一致協力して組織を守ろうという意識が強く感じられる
理容	福井	若年層男性の散髪店離れと、高齢化によるお客の減少には打つ手がない
理容	山梨	組合事業に積極的である。
理容	大阪	組合事業に対しては理解もあるが、官庁、指導センター等に対する理解、事業内容等乏しい。業界に対する業務等のパンフレット等がほしい。

組合	都道府県	調査員特記事項 (組合員調査)
理容	兵庫	組合の中堅クラスで活動に対しての意欲は伺える。
理容	兵庫	組合加入のメリットは多くを求めてはいない。業界の発展性も乏しく自身の高齢化に伴い、意欲が薄れている印象
理容	和歌山	指導センターの活動内容についての質問があり、活動について一般的な事柄と理容業界との結びつきを説明した。
理容	和歌山	元組合役員の経験あり現在国家試験の実技試験委員として活躍中である。又、近畿ブロックの技術指導面で多忙な日々を過ごしている。
理容	鳥取	自主的な営業と組合活動への積極的な意欲あり
理容	鳥取	組合活動の自覚と積極性が大
理容	鳥取	組合活動に自主性がある
理容	岡山	田舎の理容店だが、経営に対するしっかりとした考えを身につけている。
理容	岡山	組合活動をよく理解しており、多忙ではあるが積極的に参加している。
理容	山口	組合員の営業上の温度差があり、営業の自由化が難しい。異業種からの参入に対抗できない事が多い。
理容	徳島	本人やる気はあるが組合幹部が高齢のため変化が乏しく、時代の流れに取り残されているのではないかと個人の意見あり
理容	徳島	現在の組合活動が低迷していることに不満あり、息子(後継者)が中心となって組合へ意見具申もしている。組合主催による健康診断の実施、Sマークの加入促進、賠償責任保障の確立の3点(以上を機関誌へ投稿)
理容	熊本	本人は組合の青年部長職にあり、若手リーダーとして組合の活性化に努めている。
理容	熊本	本人は高齢ながら、良心的営業で、従業員教育に熱心で組合及び指導センターへの理解、協力は良い。
理容	大分	自らは行動をとらないが、組合の活動等に対しては不平、不満を持っているたぐいの組合員の一人である。
理容	宮崎	本人も高齢化しており、後継者がいないことに不安感を持っている。
理容	宮崎	親の代から現在地で開業しており、固定客も安定していた。以前は組合役員の経験もあるが、現在は全く役職からはずれ、地道に妻と二人で営業している。
美容	岩手	詳しく知っていないので、問い26を2としたとの事から組合員に対する事業内容を説明した。
美容	岩手	指導センターの事業内容等を説明し、何でも気軽に相談して旨話す。
美容	秋田	地域の固定客の高齢化で今後心配だが出来るだけ、若年層にPRしていきたい
美容	福島	組合に期待していない
美容	茨城	組合で行っている事業内容がよく分からない。総会等で発言すると、役員から発言を押しやられることがある。以後、何も言わないことにしている。
美容	茨城	接点がないと回答したが、18年度で景気動向等調査をすることとなり、センターの事業内容等が徐々にではあるが分かるようになってきた。調査票回収の際「生衛いばらき」を置いてきた。
美容	栃木	多数の問いの中から選べる答えが少ないのでどれにしようかと迷っていた。組合に協力しようとの姿勢をうれしく感じました。
美容	東京	非組合員への組合加入を実施している。組合員としてのメリットを体験してもらうため「組合員のお試し期間」の取組み
美容	東京	非組合員の加入が少ないことを心配している

組合	都道府県	調査員特記事項(組合員調査)
美容	神奈川	今回の調査が新規組合加入への参考データになるのか、との質問があった。
美容	福井	指導センターの役割やSマーク制度などについてよく説明した
美容	福井	高齢となり余り組合活動に参加できない
美容	静岡	標準営業約款未加入のため、約款制度にかかる説明をしたところ、今回新規登録する旨の申し出を受けた
美容	兵庫	組合の必要性は認識しており行事にも参加しているが、零細規模であるため、営業面への負担がネックとなっているようである。
美容	兵庫	組合の必要性は認識しているが、積極的な姿勢は見られない。
美容	兵庫	組合存立の必要性は認識しているが多くの望んでいないといった印象
美容	兵庫	3店舗の営業で業況は活況を呈しているようであり組合の必要性は強く認識しており前向きな姿勢
美容	和歌山	組合行事等熱心に参画しているが、若い世代の組合への考え方、協力のあり方に対する対処に苦慮しているようだ。
美容	和歌山	組合役員として活躍された時期もある方。組合の必要性を強調している。
美容	和歌山	組合活動には比較的積極的に参加している。しかし指導センターの存在を知らなかった。真摯に受け取らなければならない。
美容	和歌山	自身は長く組合事業に参加協力して来た。今若い人は組合加入するが行事への参加協力が今ひとつ。活性化のために魅力ある組合づくりを考えて行く必要がある。
美容	和歌山	世代間交流が希薄化しつつあると認識、組合活動の中での対応を切望している。
美容	鳥取	新規営業者として、組合の意義をよく理解している
美容	鳥取	組合活動、指導センター事業を理解し、活用・協力している
美容	岡山	組合に対して非常に協力的、理解度が深い。
美容	岡山	組合を支援するリーダー的存在である。
美容	徳島	店主が経営に関して新しい物を取り入れていこうとする積極的な姿勢がある。実娘が後継者であり親子で協力し、また従業員3名ともコミュニケーションも良く非常にチームワークの良い店づくりができています。
美容	佐賀	東京での修行時代に組合で健康保険がありオーナーがいくらで従業員がいくらという一律金額がきまっていた。佐賀でもそういう相互扶助の保険制度があればと力説された。
美容	宮崎	美容コンテストなどには、参加しているが、組合員同士の交流があまりないことに、不満を持っている。
美容	宮崎	組合の活動には満足しているが、非組合員が増加する中、組合としては組合員確保に何も有効な方策が、見いだせない不満がある。
美容	鹿児島	同業種の組合でも指導センターの存在及び事業内容の認知度が異なっているため、組合と連携を図り組合の会議、研修会等の機会をとらえ、きめ細かなPRを行っていく必要がある。
美容	鹿児島	指導センターの存在は知っていたが、事業内容はあまり理解していなく、これまでの組合で融資、経営相談、研修、講習及び福利厚生等を相談していたとのことで、今回の調査で組合と内容以外の事業もあることを理解していただいた。
興行	岩手	組合のリーダー的存在。後継者養成をしている。
興行	秋田	常設館でないので集客が困難
興行	茨城	店舗の老朽化により設備改善したいが、借入金に見合った担保提供ができないため、小規模に改修しながら経営を維持している。個人館のため先行き不透明さを感じた。

組合	都道府県	調査員特記事項(組合員調査)
興行	埼玉	シネコンの支配人は、サラリーマン化していて、全て本部の指示によって運営されていて、支配人はほとんど権限がない様子
興行	東京	映画館も大手資本の参入と個人事業所が混在してきて、組合事業も難しくなってきた
興行	三重	融資関係についての接点を有している。
興行	和歌山	組合加入のメリットは情報収集にあると強く感じており他のことには関心がない様に思えた。
興行	岡山	組合員が少ない中で、活発な活動を行っている。
旅館	岩手	事業内容等説明し、気軽に遠慮なく何でも相談するよう伝えた。
旅館	千葉	三代目の経営者で現在は自社の経営でいっぱい他に目を向けることができない状況であるようだった。
旅館	千葉	営業年数が少なく事業の立ち上げ中で自分の事業にしか目が向かないようであった
旅館	東京	指導センター並びに組合に対し、理解を示している
旅館	東京	組合についての熱意は強いものと感じられるが、指導センターに対しては十分な理解をされていない模様
旅館	福井	いろいろな意見を持っているが、積極的に提案するなどもっと指導センターを活用してほしい
旅館	兵庫	組合員の中堅であり、必要性を認識すると共に活動に対しても満足している。
旅館	兵庫	組合の必要性については認識しており、活動に対しても参画し、満足している。
旅館	和歌山	センターの存在を知らないとの事であり、もっと広く広報等で周知を図らねばと考えている。
旅館	鳥取	組合についての認識はあった
旅館	鳥取	形式的な加入、他団体、組織との連携大
旅館	大分	旅館組合が観光客を呼び込むためのいろんな取組みをしている中で、若手の経営者として自ら進んで活動の企画、運営等に積極的に携わり、成果もあがっていると自分なりに評価し、活動には満足感を持っており、組合意識の高い経営者である。
旅館	宮崎	小規模旅館で宿泊客より先むしろ宴会等に力を注いでいる。
旅館	沖縄	調査対応がとてよく、業界のリーダーとして頑張っていると思った
旅館	沖縄	課題と解決方法をよく勉強していると思う。そして、解決方法についても、指摘についても、指導センターの役割も理解している。
浴場	群馬	無料公共浴場の影響があり、売り上げが減少
浴場	東京	指導センター業務について説明すると、内容についてある程度判っていた。特に健康入浴推進事業については、強い関心を持っていて、区に対応策を相談したが、区職員の無策に対し不満を持っていた。
浴場	新潟	当県の浴場業組合は、全営業者が加入している。
浴場	福井	健康入浴推進事業のモデル事業所となっており、積極的な取組みを頂いている
浴場	山梨	組合員の高齢化と後継者問題は深刻
浴場	長野	過去に国民生活金融公庫融資を受けたことがあり、この調査に協力的であった。最近における商店街の衰退と営業不振を心配していた。
浴場	岡山	健康入浴事業にも積極的に参加している。
浴場	愛媛	財政難を理由に国・県の助成事業を整理・縮小することは、生き残りを懸けて頑張っている零細企業にとって酷過ぎるのではないかと。

組 合	都道府県	調査員特記事項 (組合員調査)
クリーニング	岩 手	新規開業の融資相談時は、組合への加入依頼は13組合すべてに行っていることを伝えた。
クリーニング	岩 手	以前、経営特別相談員をした経験があったことから、意識調査への協力は良かった。
クリーニング	東 京	青年部の活動により柔軟な発想での組合運営の必要性を強調していた。また、組合員減少に対する歯止策も色々考慮していた。クリーニング研修については、受講者が何故研修を行うのかの理解がなすすぎる。研修内容時間についての簡素化は望ましくないとの強い意見であった。
クリーニング	東 京	高齢であるが、自己の営業については勿論、地域の活動、組合活動についても非常に熱心に取り組んでいる。また、業界全体のレベルアップについても色々な意見を持っていた。
クリーニング	福 井	駐車禁止区域の拡大により 配達が不便となり不満である
クリーニング	長 野	大変協力的に対応していただいた。
クリーニング	長 野	「指導センターの行っている事業を知りたい」との要望を痛感した (パンフレット等の必要性)
クリーニング	三 重	クリーニング研修の参加が年々減少している。また参加者が固定してきている。研修内容は有意義であるから参加者を増やすよう努力して欲しい。
クリーニング	鳥 取	経営に積極性がある
クリーニング	広 島	組合員、アウトサイダー、お互いが責めたてるだけでなく、業界が一丸となり「サイクル事業の展開など行動すべき」旨の意見があった。
クリーニング	徳 島	当該対象先が若いしっかりした兄弟が後継者として経営しており、業種的に弱い面が目立つ中頼もしい感じを受けた。
クリーニング	徳 島	クリーニング業として息子さんに報酬面で継がせたくないという気持ちがあり、また息子さん自信家業の苦しい面を見てきているので、結果的に勤め人となっている現在である。
クリーニング	宮 崎	家族全員で仕事に従事しており、特に長男が最近クリーニング師の資格を取った為、市内広範囲に渡って、営業活動を行っている。

#### 4 調査員特記事項（生活衛生同業組合調査）

組合	都道府県	調査員特記事項（生活衛生同業組合調査）
麺類	福島	組合員にとっての組合は支部組合であり 組合員が組合活動ができないくらい経営が圧迫されている。
麺類	茨城	蕎麦に関する関心が高まっているので、メニュー欄等見えるところに「そば」産地、割合を表示してはどうか。そば打ちの方法のチラシ等を作成しておく、客とのコミュニケーションが計れるものと思われる。
麺類	神奈川	役員の人材は多く、事業の企画 開催が活発のようだ。組合員の教育(後継者問題)、営業資金の借り入れなどの個々の問題にも熱心
麺類	富山	組合の役員自身が組合運営に真剣に取り組んでいないような気がする。組合員の減少、どんなに新規組合員を増やしても、組合加入にメリットがないため脱退者も多い、もっと組合に真剣に考えてほしい。
麺類	福井	県産材 100%のそば粉を使った、越前おろしそばのブランド化と全国発信に県と一体となって取り組んでいる
麺類	長野	小組合の存続に大変苦勞している姿を実感した。
麺類	岐阜	現在休眠状態なので、この状況をどう打破するか検討中である。
麺類	京都	京都市との連携をより深めていくことは重要課題である。
中華	岩手	現在一番元気があり組合数も唯一現状を保っており 役員も活発である。
中華	茨城	中華料理の店は、全般的に暗い感じがして入りにくい。料金が安いのか高いのかが分からず、迷ってしまう
中華	埼玉	総会や理事会等組合の重要な会議を開催運営しながら、その合い間を縫って、組合広報紙「埼中環だより」を年 6回の発行を事務局長一人でごなす事務処理能力に感心した。
中華	千葉	現在の組合員で活動していくことで、組合の現状維持を図ることが主題であると受取れた。
中華	東京	組合の維持管理に熱意を持ってあたっている。組合員拡大、財政問題にも真剣に取り組んでいる。
中華	福井	組合員を増やす努力をしているが、むしろ減少への歯止めを行わないと、これまで通りの組合運営が困難
中華	京都	事務局の高齢化が問題。生衛業は休日がバラバラで招集日がかなり難しい。
中華	高知	組合活動につき更なる指導をお願いしたい。
すし	北海道	景気の低迷が要因と思われるが、組合員の減少は組合の運営 事業推進に大きな影響を与えており 年々事業の縮小を余儀なくされ、厳しい現実を感じさせた。
すし	岩手	飲食関連では昭和 36 年の設立で最も歴史がある。数年前からやや低迷、すし券等を柱に巻き返し。
すし	福島	組合の活性化等が分からない。
すし	茨城	店舗経営の差別化が必要ではないか。高級化、ファミリー化に区分した店構えにしてはどうか。
すし	千葉	新規開業者に対しての窓口の勧誘が食品部門全体として行われており すし、麺、中華料理等に特化された加入勧奨がやりづらい面がある。今後、これらの問題の解決に向けて行政などと相談していく必要がある。
すし	東京	家族だけの経営で忙しく働いている。その中で 1人でも病気をすると経営が厳しくなる。もっと健康管理の充実を図ってもらいたいと強調していた。
すし	神奈川	かつては中心的な生同組合だったが、当業界全体の落ち込みと組合員の減少のために、これまでどおりの事業実施が困難になってきた。役員は昔を復活させようという熱心だが、人材的、財政的にも窮する状況におかれている。

組 合	都道府県	調査員特記事項 (生活衛生同業組合調査)
すし	福 井	消費者の寿司専門店離れ、特に、家族連れ客の回転寿司店などへの流失が激しく、中途半端な店は生き残れない
すし	長 野	組合員の減少により組合費の値上げもできず、組合運営に非常に苦心している。
すし	静 岡	全国すし連静岡大会の開催を機に今年5月に立ち上げた青年部が機能しはじめており、組合活動の活性化に向けて期待がよせられている
すし	鳥 取	いわゆる同業種の中の営業形態などが多様化しており、組合そのものについての議論がある。
すし	島 根	小ぢんまりとまとまりあり、活動もそこそこ行われている。
すし	岡 山	組合員の減少に危機感を強く持っており、組合員の確保をどうすればよいか苦慮している。
すし	徳 島	組合員の高齢化が見受けられ、福祉施設への慰問等ボランティア活動を長年実施しているが、組合員の減少等により、財政的に厳しいとのこと
すし	香 川	11月1日の[すしの日]を前に組合が、1970年から毎年実施している恒例行事、毎年訪問先を変え組合員が老人ホームを慰問し、近くの幼稚園児を招待するなどして、新鮮な魚と新米で作った「にぎりずし」と吸い物で味覚を楽しんだり、入所者と一緒に歌ったり踊ったりして交流を深められている。今年で36回になる。ボランティアとしてほほえましい事業である。従業員教育がよい。
すし	大 分	組合員数は少ないが重要な行事、イベント等の際には組合員の結集が良く、団結力のある組合である。
すし	宮 崎	スーパーなどの量販店でのすしの販売、回転すしの進出などで組合としては非常に厳しい状況にある。
すし	鹿児島	各組合が抱えている課題は共通して組合離れが続いている傾向にあるため、組織の現状を分析し、対策等の検討を行うとともに、組合加入のメリット等を機会ある毎に積極的にPRしていく必要があると思う
すし	沖 縄	いつも対応する態度が真摯で組合活動のリーダーとして、関係者の皆さんの指導、相談にのっているキャリアはすごいと感じた
料理	岩 手	理事長が全料理連副会長でもあり、リーダーシップ抜群。しかし、業界は非常に厳しい現況化。
料理	千 葉	組合員が大幅に減少して、組合組織としての機能及び維持がどうかと疑問視されるが、組合としての対応策などを問いかけても具体的な回答ができない状況である。
料理	福 井	平成元年に比べ組合員数がほぼ半減しており、組合運営が厳しい現状にある
料理	長 野	大きな社会変化により、組合員の減少、後継者不足など組織の弱体化が大きい。
料理	鳥 取	組合構成営業者が減少しているのが実情で対応は難しそう
料理	島 根	組合事務局の活動は積極的で指導センターへの出入りも多い。役員、支部長等のリーダーシップに大きな期待をしている。
料理	岡 山	営業指導センターの運営について、理解が不足している、今以上の説明が必要と感じた。
料理	徳 島	組合員の減少により、組合の運営、維持に財政的な負担が見受けられる。
料理	宮 崎	組合員の減少で、組合の存続が危ぶまれている。新たに開業しても他の組合に加入する業者が多く、料理業生衛組合のPRを積極的に心がけて行く必要がある。
喫茶	岩 手	一時組合消滅の危機にあったが、やっと立直して50人の小組合であるが現理事長が活発に動いている。
喫茶	福 島	組合運営の気力がない
喫茶	東 京	熱心な取組み姿勢は印象的。組合員からも信頼を得ている。しかし、組合運営等にもっとパソコンを活用すべきと思う
喫茶	福 井	煙草への対応について、店のスペースなどの関係から禁煙コーナーが設けられず、中途半端な対応となっている店が多い

組 合	都道府県	調査員特記事項 (生活衛生同業組合調査)
喫茶	神 奈 川	組織率の低下は否定できないが、このままズルズルと低下して行くことを阻止するためには、生同組合ならびに指導センターが、組合員にとって本当に關心のあることを事業に据えれば、少数になっても真に必要な最小限の組織 核は維持できるものと考えているのではないだろうか。
喫茶	富 山	自分が生き残っていくので精一杯のような気がする。
喫茶	鳥 取	役員を含めて飲食関連組合との合同で何とか活動をおこなっている状況
喫茶	岡 山	当センターの業務には、協力的な組合なのでこの厳しいご意見には正直驚いている。理解度を深めてもらうためには、もっとコミュニケーションが必要である。
喫茶	大 分	組合組織の活動は理事長のみが行動しており 他の役員等は特段行っていない様に見受けられる。
社交	岩 手	30年来の理事長交代で新理事長の新しい組合運営を期待
社交	栃 木	同じ組合員でも 団塊の世代と20代、30代の若い世代では考えかたの違いを感じる。
社交	富 山	組合員の減少で運営財政が厳しいが、それに対して何も取組んでいない。
社交	福 井	飲食街における組合員によるパトロールの実施など、風俗環境の浄化にも熱心に取り組んでいる
社交	長 野	組合員には色々な人がいて、組合運営に大変苦労しているようである。
社交	岐 阜	組合活動するのに財源が少なく、活動策を考えても実施が出来ない実情のようだ。
社交	徳 島	年 2回の組合独自のドリンクラリーの実施により 組合員及び歓楽街の活性化と加入促進を実施しているが、日頃の組合活動への積極的な参加が少ないようである。
社交	大 分	社会に認知されない組合の発展はないとの思いで、地域社会との接点づくりに苦慮している。
社交	宮 崎	定期的に新聞を発行して情報伝達に努めたり レクリエーションを開催して、組合員の交流を積極的に行うなど、活発な支部がある反面、全く活動をせず組合員数が年々減少している支部も見受けられる。
飲食	岩 手	飲食関連最大の組合であるが、ここ数年で 1,000人を割り役員も世代交代時期であり今後が期待される。
飲食	埼 玉	生衛組合の中で最も多い会員数を抱え、さらに飲食業数種の業種を対象とする組合形態で、家族経営の営業が多いこともあり 後継者難、廃業などから会員の減少といふ組合財政の悪化の解消の取り組みに苦慮している様子が伺える。
飲食	千 葉	千葉県の飲食業組合は、多業種「一般飲食 寿司 麺 中華料理 料理業 旅館等」の集合体であり 組合としての事業運営のどまどめが大変であると感じる。
飲食	東 京	組合事業のマンネリ化打破のため、努力している様子が伺えた。
飲食	神 奈 川	役員の持っている組合活動についての意識はかなり高いところがあり 一般組合員の意識とはかけ離れている感じがする。一般組合員はついていけない面があることが、組合内がまとまりにくいことの原因のひとつになっていないだろうか。
飲食	富 山	いろんな問題を抱えているが、思っているだけで、いざ活動に結びつかない。
飲食	福 井	組合独自のイベント開催など、活性化につながる自助努力が必要
飲食	長 野	組織 事務局体制はしっかりしているが、一般組合員をまとめて行くのは大変なようである。
飲食	和 歌 山	組合員の減少、財政の逼迫等課題も多いが(組合員と接触する中では)組合員の期待も大きいものがありもっと自信をもって当たる必要がある。
飲食	鳥 取	特定の役員が組合の必要性等を理解し、努力しているが、具体的な組織の拡充につながらない。
飲食	島 根	組合事務局の活動は積極的に指導センターへの出入りが多い。役員、支部長等のリーダーシップに大きな期待をしている。

組 合	都道府県	調査員特記事項 (生活衛生同業組合調査)
飲食	岡 山	組合員確保に努力しているし、指導センターに対しても期待をしている。
飲食	熊 本	組合員は 2500 名と最大で、支部組織も活動的であり、組織力は持っている。研修会等の会議でも意見は活発であり、センターとの関係も良好である。
飲食	大 分	組合員は、各々目的は異なるが食に係る各種団体に加入のほか、商工団体にも加入する等で負担が大きいので、食に係る団体について統一できないか模索している。
飲食	宮 崎	年々組合員数が減少しているところであるが、組合組織の強化にも努めている。また、今年度から「移動理事会」を開催するなど組合活動の活性化に取り組んでいる。
食肉	岩 手	特に近年は大手スーパー業界の出店攻撃に遭い、厳しい組合運営に立たされている。
食肉	福 島	組合員の経営難が組合活動に影響している。
食肉	茨 城	スーパーマーケット等の違いを前面に出したほうが良いのではないかと。客に対し肉料理のレシピの提供、肉の品質等に関する相談に乗ってあげること等。
食肉	千 葉	畜産関係の行政機関等とタイアップした活動も行っていることから生衛業としての組合活動に的を絞れない面が役員の中に多く見られる。
食肉	福 井	BSEや鳥インフルエンザの問題が発生したとき、組合の存在価値が見直され、組合の必要性が再認識されるとともに、組合への新規加入者が増加した
食肉	長 野	後継者不足、組合員の減少、一部組合員の非協力など課題が多く、組合運営に苦勞している。
食肉	京 都	事務局体制が変わって問もない。
食肉	島 根	若者の牛肉離れについて懸念。(若者が IT関連に金を使い、牛肉等を買わなくなっている傾向とのこと)
食肉	徳 島	組合員の減少と相まって、組合活動は少ない。
食肉	佐 賀	組合員の高齢化で組合活動もマンネリ化する恐れがある。
食肉	大 分	組合員は農畜産関係団体や食に係る他の団体にも加入しており、事務局員は一人で、指導センターを含め各種団体からの依頼等に十分な対応が出来ないと悩んでいる。
食肉	宮 崎	スーパーマーケット等の量販店の進出で、既存の食肉販売店は大きな影響を受けており、それに伴って、年々組合員が減少している。また、公設屠畜場の管理運営も指定管理者導入により、民間への委託が増加して、組合にとっては大きな収入減となっており、厳しい状況にある。
食鳥肉	東 京	問 10、問 11の回答として、指導センターのあり方について参考となる意見が得られた。
食鳥肉	神奈川	組合員数は 100 人以下の小さい組織であるため、理事長はじめ役員は先頭に立って実務を処理しなければならない。しかし、経理処理、書類作成などに慣れないため、実務面がなかなか進捗しない、悩みがあるようだ。
食鳥肉	岐 阜	食鳥肉販売事業の厳しさ(消費低迷、低価格等)から、後継者が育たない。又、経営者の高齢化等で、事業の存続の危機が感じられた。
食鳥肉	鳥 取	業界の付き合いとして生衛組合として組織している感
食鳥肉	徳 島	食鳥肉販売業組合は、販売より食鳥処理業務が中心の事業者であり、小売り営業者の加入促進を図ることも必要。
食鳥肉	宮 崎	本県は大規模食鳥処理施設が 11カ所あり、零細な小規模業者にとっては、非常に厳しい経営状況となっており、廃業する業者も多く組合存続が危ぶまれる。
冰雪	神奈川	組合員数が 50 数名の組合であり、しかも組合員数は減少の一途にある。財源的にはそれほど困難ではないが、限られた人材でできる事業はやり尽くした感じで、役員之苦澁の模索が続いている。

組 合	都道府県	調査員特記事項 (生活衛生同業組合調査)
氷雪	福 井	組合員数が少なく、また、新規加入の見込みもなく、組合運営が非常に厳しい現状にある
理容	岩 手	最大の組合員数を誇るが組合員 役員をも含め高齢化が目立つ。若手にも目を向けた活動が求められる。
理容	秋 田	組合加入促進対策として名案はないものか
理容	福 島	いろいろ組合員を考え事業を実施しているか全組合員にアピールできない。組合員に組合は単組合であって県組合の存在がうすい。
理容	茨 城	組合として、組合員に対して休日等の規制をしていないとしているが、若い人はそう思っていない。センターへ融資の相談に来られた方に、組合加入を勧めると異口同音に、組合に入ると規制があるから入らないとのことである。(現在、規制はないと説明はしているが)
理容	埼 玉	組合組織の団結力を強く感じたが、組合員の高齢化、後継者不足からの組合離脱、廃業などによる会員の減少に苦慮している。若者が頑張れる経営環境を考えることが必要と思われる。
理容	千 葉	廉価な事業者が多くなってきて、組合の存在価値が一般組合員から問われている現状から組合運営に相当危機感を持った運営がなされている。
理容	神奈川	競争激化の中での組合員の減少が続いている。実際の活動は40数支部の支部単位で行われることが多く、組合本部は総まとめ役になっている。業界は、組合員数 競争の面で低迷しているとはいえ、役員は全生同組合の中でもっとも強いのではないかと。
理容	福 井	組合加入のメリットはあるが、いかにして加入の魅力を生かすか、大きなポイントであり問題である。
理容	長 野	時局にも適切に対応した組合活動をしっかり実施して来ている。
理容	京 都	連携というよりは、センターにはいろいろを世話をかけているとのこと。理容組合は経営特別相談員が多く、年に数回にわたり センターの指導員が外向き支部において研修会などを行なっているが、組合員が多く、同じ人が参加される傾向があり、広く情報を伝えることの難しさを感じる。
理容	和歌山	役員が一丸となり何事においても積極的に取り組み活発に運営されている。
理容	鳥 取	廃業等により員数は減っているが県内組合一の組織率で、組合活動の促進に組織として意欲を持っている
理容	島 根	組合活動は活発で元気が見られる。
理容	岡 山	組合活動も活発で、当センターに対しても協力的である。
理容	徳 島	組合役員は組合運営、情報交換等の会議を定期的に行っているが、組合員の増加、活性化等になかなか結びつかない。
理容	佐 賀	理事長他の役員が交替し、組合の若返りを期待したい。
理容	大 分	経営者の高齢化等により組合員の減少に歯止めがかからない状況や、若い経営者の組合未加入に有効な対策がなく苦慮している。
理容	宮 崎	組合員の減少、高齢化及び後継者の育成が急務となっている。またSMマーク登録店が年々減少しているため、当センターとしても加入促進を図っているところである。
美容	岩 手	本年、全国美容選手権大会を開催成功させた。何事にもつけ理事長が先頭になりぐいぐい引っ張っている。
美容	福 島	県組合と支部組合の関係強化に気づいてきたところ。
美容	千 葉	組合加入促進対策について全国組合で加入対策を行っているところであり、これの有効活用を図っていくとのこと。
美容	東 京	組合加入の推進に努力していることが感じられた。
美容	富 山	組合の活性化に対する意欲があふれている。

組 合	都道府県	調査員特記事項 (生活衛生同業組合調査)
美容	福 井	近年、脱退者が増加し組合員数が減少している。新規加入促進も大事だが、いかにしてつなぎ止めるか、魅力ある組合作りが必要
美容	長 野	標準営業約款をきちんと対応しようとする程、普及出来ないジレンマを聞いた。
美容	和歌山	自前の会館も建設、現組合員は結束しているが、更なる組織率の向上が必要
美容	鳥 取	役員は理事長を中心として指導力発揮に努めているが、現状は若年層を中心に組織離れが目立つ
美容	島 根	組合員拡大を大命題の認識は十分で活動も積極的である。
美容	岡 山	当センターともよく連携できており 事業活動も積極的に推進している。
美容	徳 島	理事長のリーダーシップの中、役員 事務職員が組合店、新規開業店を巡回し、組合の情報等を周知することにより、組合員の増加につながっている。
美容	宮 崎	美容専門学校も「組合立」のみで有ったが、最近「私立」の美容専門学校が2校出来たため、経営環境も厳しくなっている。また、アウトが多く組合に加入する施設が減少しているが、美容コンテストなどを積極的に開催し、アウトにも参加を呼びかける等、活動は意欲的である。
美容	鹿児島	生衛業を取巻く環境の変化等により 経営不振、高齢化に伴う後継者不在、組合員の意識に変化が生じ、組合員の減少がみられるとのことで、組合の機能強化、活性化を図るためには、組合員の確保が是非とも必要であるとの認識のもと、組合加入の促進に努力している。
興行	岩 手	県内で理容 美容と共に32年設立の歴史がある。組合員24施設で頑張っている。
興行	秋 田	県内には映画館が少ないので、組合の運営に苦慮している
興行	福 島	組合員の経営難がそのまま組合に反映している。
興行	千 葉	全国的な展開をしている大手シネコンが多数となり、県組合の独自性をもった活動の方向性が問題と受けとめられる。
興行	神奈川	興行業界は、外資系の手シネコン対個人館主の対立になっているが、いずれも組合員である。このため、何事においても組合内での「共通の土俵」が少ない。
興行	福 井	組合員数は少ないが、本県15業種の生衛組合の中で唯一組合員数の増加している組合である
興行	長 野	小規模組合であり、近年の組合員の減少で組合運営が難しくなっている。
興行	和歌山	組合員9社のうち7社が同系列で残り2社との競争もなく今後今の状態が続くかどうか組合の存続も危ぶまれる。
興行	島 根	少人数の組合だが事務局の活動への取組は真面目である。
興行	宮 崎	組合員が僅か7名であるが、組合としてのまとまりは良い。
旅館	岩 手	ホテル営業は急増したが、一般旅館は減少し組合員も減少傾向にはあるが観光も含め活動している。
旅館	千 葉	組合として、行政とタイアップした観光対策を通じた集客力のアップ等に力を向けており、これらの活動を充実させることにより組合の活性化を図っている。
旅館	東 京	活動財源の確保、組合員の団結力の強化などの諸問題に対し、役員と共に苦慮している模様。
旅館	福 井	お客のニーズに合わせたサービスやそれぞれが独自の特色、差別化を図らないと生き残れない現状にある
旅館	長 野	組合組織は統一され、事務局体制は整っているが、組合組織自体はまだ強固となっていない。
旅館	兵 庫	指導センターに対する組合および組合事務局と一般組合員では、格差が大きい。
旅館	和歌山	組合員の減少から活動財源が逼迫し思うように事業ができていないようだ。

組 合	都道府県	調査員特記事項 (生活衛生同業組合調査)
旅館	鳥 取	各分野に係る関係団体が多く、1つに加入すると連携して他団体への加入となり過重な負担になることと、無加入者にデメリットのないことなどの指摘がある
旅館	島 根	組合員減少等の現状認識は十分あり 今後の方向についても対策は練られている。
旅館	徳 島	組合員は老舗等古い旅館・ホテルが多く、全国展開のチェーン店(ビジネスホテル)の進出が相次いでおり 組合員の活性化等の発展に苦慮している。
旅館	宮 崎	ビジネスホテルの進出ラッシュなどによって、老舗の旅館が廃業に追い込まれる等、ホテル旅館業全般に渡って経営が非常に厳しい状況である。
旅館	沖 縄	課題に対して適格な情報を入手し判断して業務を実施していると考え
浴場	岩 手	平成元年に100を超えていた施設も40となる。しかし、いまだに加入率と団結力は抜群である。
浴場	秋 田	組合員の減少で、組合の運営に苦慮している
浴場	福 島	構造的に経営が難しい現状がそのまま組合の運営にでている。
浴場	千 葉	スーパー銭湯などの進出、競合により「現状維持 事業継続」をどのようにして図っていくのか、また、組合員が年々減少していることに対して前向きな取組みが少ない状況であり、今回の健康入浴推進事業は今後の取組みに対して大きな刺激となってよく受けとめられている。
浴場	東 京	廃業店が進む中、健康入浴推進事業が今後の生き残りのカギとなることが感じられた。
浴場	福 井	今年度より 健康入浴推進事業に取り組みこととしているが、組合としては特に安全安心の観点から推進員の養成とレベルアップに力を注いでいるとともに、事業の継続を望んでいる
浴場	長 野	理事長から聞き取り調査をしたが、小さな組合であるが、組合自体、また、理事長(役員)自身にも色々な課題や問題も数多くあり、時々このような聞き取り調査をする必要性を感じた。
浴場	京 都	健康入浴推進事業を行なったことにより、センターとの連携が深くなり、組合員の意識向上に一役担えたのではないかと思う
浴場	鳥 取	個々の銭湯が地域に密着した文化としての存在感をもっているが経営とのかね合いが問題
浴場	岡 山	当センターとして本年度は、健康入浴推進事業に力を入れ支援を協力に行っているところであり、組合の積極的な姿勢も必要である。
浴場	徳 島	顧客数の減少により各浴場事業者の継続及び組合員の減少により組合維持に苦慮している。
浴場	佐 賀	組合員が4名で、4名はいずれも高齢で後継者がいないため、組合の存続も危ぶまれている状況である。
浴場	宮 崎	一般公衆浴場のみで組合活動中であるが、各組合員の経営内容も非常に厳しく、高齢化がすすみ、廃業 転業ばかりで新規開業が皆無であるなかでは、組合加入促進は困難である。将来的には特殊浴場と一体となって組合活動を行うか否かを、現在模索中である。
クリーニング	岩 手	高齢化が進み廃業による組合員減少、大手チェーン店の低価格と取次店増加で苦しい状況にある。
クリーニング	福 島	組合員の弱体化が組合の運営に反映している。
クリーニング	千 葉	消費者からの苦情が多いことに対する組合組織としての組合員への指導等の対応が十分でない。指導センターとして、組合員に対してクリーニング研修等を通して指導しているが、今後も積極的に行っていきたい。
クリーニング	福 井	クリーニング師研修に協力を頂いているが、一向に受講率が上がらず苦慮している。受講しない者に対するペナルティなど全国的な対策を講ずる必要がある
クリーニング	長 野	訪問して対話する大切さを痛感した。

組 合	都道府県	調査員特記事項 (生活衛生同業組合調査)
クリーニング	神奈川県	組合役員と支部の組織はしっかりしている。組合員の減少問題はあるものの、後継者育成、資源リサイクル、苦情対策なども日常的な課題として取り組んでいる。また、個々の組合員とは広報資料を郵送するなどを通じて、比較的密接に連絡がとれているようだ。クリーニング研修 講習の開催にも協力度が増してきている。
クリーニング	京都	センター発行『SeeL 通信』が毎月発行になったので喜ばれているが、より密度の濃いものが求められていると感じる。先日、青年部の交流のため指導センターが美容組合との仲をとりつめたが、今後もそういった取り組みが必要と思われる。
クリーニング	鳥取	県外大手の業者が非組合員として営業しており 組合自体が弱体化してきている。
クリーニング	島根	トップ役員等の交替あり 組合組織の基礎固めの状況にある。
クリーニング	徳島	毎月定期的な役員会を実施しているが、具体的活動は少ない様である。組合運営費等に困難な状況が見られる。
クリーニング	香川	積極性を身につけ、仕事に対する取り組み姿勢が良い。約款の再登録に心掛けておられるが、欲を言えば、新規手続きの指導をより一層推進されるようお願いしたい。
クリーニング	熊本	組合員 153人となり 予算面等で組織活動は限界にあり 一方新規開業も殆どない状態であり 現在経営者は高齢化傾向にあり 現状維持が誠意一杯と見られる。
クリーニング	宮崎	年々クリーニング師試験の受験者が少なくなっており 後継者問題や組合員の高齢化で組合運営も厳しい状況である。



問11 組合加入の動機

- ? 自分から進んで加入した
- ? 組合の人から勧められて加入した
- ? 親や知り合い等が加入していたので加入した(引き継いだ)
- ? 国民生活金融公庫や指導センターで勧められた
- ? 特別の理由はないが加入した
- ? その他( )

問11

--

問12 組合の必要性

- ? 当然必要である
- ? どちらかと言えばあった方が良い
- ? 必要ない
- ? わからない

問12

--

問13 組合に加入して良かったと感じた事《主なもの3つ以内》

- ? 国民生活金融公庫の低利融資を受けることができた
- ? 同業者との親睦交流や情報交換が図れた
- ? 各種共済事業に加入できた
- ? 割引制度を利用することができた
- ? 有用で適切な情報が入手できた
- ? 経営上や衛生上の指導や相談を受ける事ができた
- ? 研修会等に参加し必要な知識、技術・技能を習得することができた
- ? 特にない
- ? その他( )

問13


問14 組合に加入して障害であると感じた事《主なもの2つ以内》

- ? 料金・営業方法など営業上の各種の自主規制
- ? 各種の行事や調査等への参加・協力
- ? 会費の負担
- ? 特にない
- ? その他( )

問14


問15 組合の活動への参加状況

- ? 参加している
- ? あまり参加していない  
(理由等: )
- ? 全く参加していない  
(理由等: )

問15

--

(問15で? の場合のみ記入)

問16 参加している組合活動の内容《主なもの3つ以内》

- |                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| ? 大会・総会・総代会等                       | ? 研修会や講習会 |
| ? 社会貢献事業(ボランティア活動等)                | ? 経営相談事業  |
| ? 福利厚生事業(親睦旅行、レクレーションなど)           | ? IT事業    |
| ? 事務代行業業                           | ? 販売促進事業  |
| ? 共同購入等事業                          | ? 情報提供事業  |
| ? 消費者対策事業                          | ? 共済・保険事業 |
| ? 共同施設の設置・利用                       |           |
| ? 団体活動(衛生・環境保全対策、各種の規制対応、融資制度拡充など) |           |
| ? その他(具体的に:                        | )         |

問16

問17 現在の組合の活動等について

- |             |   |
|-------------|---|
| ? 満足している    |   |
| ? 不満である(理由: | ) |
| ? どちらともいえない |   |

問17

問18 今後、組合に力を入れてもらいたい事業及び期待する事業《主なもの3つ以内》

- |                                    |              |          |
|------------------------------------|--------------|----------|
| ? 共同購入等事業                          | ? 経営相談事業     | ? 情報提供事業 |
| ? IT事業                             | ? 事務代行業業     | ? 販売促進事業 |
| ? 社会貢献事業(ボランティア活動)                 | ? 技術、技能研修    |          |
| ? 福利厚生事業(親睦旅行、レクレーションなど)           | ? 消費者対策事業    |          |
| ? 共済・保険事業                          | ? 共同施設の設置・利用 |          |
| ? 団体活動(衛生・環境保全対策、各種の規制対応、融資制度拡充など) |              |          |
| ? その他(                             |              | )        |

問18

問19 営業上必要な情報等の入手方法《主なもの3つ以内》

- |                         |                      |
|-------------------------|----------------------|
| ? インターネットから             | ? 商店街などの地域交流から       |
| ? 組合関係者との交流から           | ? 友人(同業者)や親等との情報交換から |
| ? 組合の定期刊行物等から           | ? 一般の雑誌や本等を参考にしている   |
| ? テレビや新聞等の報道から          |                      |
| ? 指導センターの研修会、講演会、広報誌等から |                      |
| ? 積極的な情報収集等はしていない       |                      |
| ? その他(                  | )                    |

問19

問20 組合についての意見、提案、要望の有無

- |       |   |
|-------|---|
| ? ある( | ) |
| ? ない  |   |

問20



## 6 調査票（生活衛生同業組合調査）

### 生活衛生同業組合等に関する意識調査票（組合用）

調査担当者	整理番号

問1 都道府県

（都道府県コードを記入）

問 1

問2 業 種

（所属組合の業種コード記入）

問 2

問3 組合の抱えている課題等《主なもの3つ以内》

- ? 組合員の減少
- ? 組合事務所の維持・管理(経費面)
- ? 組合の活動(人員・経費両面)
- ? 情報の入手
- ? 組合員の高齢化・後継者難
- ? 組合財政の逼迫
- ? 特段ない
- ? その他（

問 3


)

問4 組合活動等の現状（組合の自己評価）

- ? 積極的に実施している
- ? それなりに実施している
- ? 殆どやれてない

問 4

問5 組合員に対して思うこと《主なもの2つ以内》

- ? 組合活動に協力的である
- ? 具体的な意見等が出てこない
- ? 組合活動にもっと積極的に参加してほしい
- ? 組合に対する要望等が多すぎる
- ? 組合との連携がうまく取れていない
- ? 特段ない
- ? その他（

問 5


)

問6 組合に必要と思う（感じる）もの《主なもの3つ以内》

- ? 活動財源の確保
- ? 組合員の団結力
- ? 人材・人員
- ? やる気
- ? その他（
- ? 役員のリーダーシップ
- ? 行政・関係団体との連携強化
- ? 情報

問 6


)

問7 組合事業等に関する指導センターとの関係

- ? 密接に連携している
- ? 少し連携している
- ? 殆ど関係ない

問7

(問8～問11までは、意見・要望等があれば各項目の回答欄には「1」と記入)

問8 今後、組合はどうあるべきか

--

問8

問9 組合加入促進策について

--

問9

問10 組合からみて指導センターは今後どうあるべきか

--

問10

問11 その他(自由意見)

--

問11

調査員特記事項(聞き取り時に気づいたこと、感想などを記入)

特記事項がある場合は右(問12)の回答欄に「1」を記入して下欄に記入

--

問12

## 7 調査事項（非組合員調査）

### 生活衛生同業組合等に関する意識調査事項（非組合員用）

#### 【基本事項】

- 1 都道府県 …………… 営業所の所在地
- 2 業 種 …………… 業態区分（生衛16業種で分類）
- 4 性 別 …………… 男女の別
- 5 年 齢 …………… 3区分で分類  
( ? 40歳未満 ? 40歳以上60歳未満 ? 60歳以上 )
- 6 経営形態 …………… 4区分で分類  
( ? 個人経営で生衛業を専業 ? 個人経営で生衛業以外を兼業 )  
( ? 法人経営で生衛業を専業 ? 法人経営で生衛業以外を兼業 )
- 7 従業者数 …………… 事業主、家族従業員、臨時雇用者（パート等）を含む従業者数
- 8 営業所の立地環境 …………… 2区分で分類（ ? 都市部 ? 郡部 ）
- 9 営 業 歴 …………… 現業での営業年数を4区分で分類  
( ? 5年未満 ? 5年以上10年未満 )  
( ? 10年以上20年未満 ? 20年以上 )

#### 【生活衛生同業組合について】

- 10 生活衛生同業組合の事を知っているかどうか
  - (1) 知っている
  - (2) 名前を聞いたことがある
  - (3) 知らない
  - (4) 以前加入していた 脱会者用調査事項へ
- 11 生活衛生同業組合への加入を勧められたことがある場合、その経路
- 12 生活衛生同業組合に加入したいと思うかどうか
  - (1) 加入したい
  - (2) 加入したくない（理由： \_\_\_\_\_ )

(3) 組合の事をよく知らないのでどちらともいえない

- 13 生活衛生同業組合に対するイメージ
- 14 生活衛生同業組合に加入していない一番の理由
- 15 どのような生活衛生同業組合であれば加入してもいいと思うか
- 16 営業上必要な情報等はどのような形で入手しているか

【都道府県生活衛生営業指導センターについて】

- 17 都道府県生活衛生営業指導センターを知っているか
  - (1) 知っている
  - (2) 知らない

(以下の18、19は、17で(1)の場合のみ聞き取り)

- 18 都道府県生活衛生営業指導センターが実施している事業内容を知っているか
  - (1) 知っている
  - (2) 知らない(名前を聞いたことがある程度)
- 19 都道府県生活衛生営業指導センターとの接点があるか、それは具体的にどのような場合か
  - (1) 接点がある
  - (2) 接点はない
- 20 都道府県生活衛生営業指導センターについての意見、提案、要望

---

「脱会者用」調査事項(10で(4)の場合)

- 11 組合を脱会した時期
  - (1) 最近
  - (2) 1年ほど前
  - (3) 2~3年前
  - (4) 5年以上前
- 12 組合に加入していた期間
  - (1) 1年未満
  - (2) 1~5年
  - (3) 6~10年
  - (4) 10年以上
- 13 組合を脱会した具体的な理由
- 14 営業上必要な情報等の入手方法

15 生活衛生同業組合についての意見、提案、要望

【都道府県生活衛生営業指導センターについて】

16 都道府県生活衛生営業指導センターを知っているか

- (1) 知っている                      (2) 知らない

(以下の事項は、「16」で(1)の場合のみ聞き取り)

17 都道府県生活衛生営業指導センターが実施している事業内容を知っているか

- (1) 知っている  
(2) 知らない(名前を聞いたことがある程度)

18 都道府県生活衛生営業指導センターとの接点があるか、それは具体的にどのような場合か

- (1) 接点がある  
(2) 接点はない

19 都道府県生活衛生営業指導センターについての意見、提案、要望