

生衛業の振興と生衛組合に関するアンケート調査

(組合非加入者調査)

第1 調査対象の属性等

1 調査対象数及び回収数等

調査は、原則として、首都圏の主要都市の生衛業者であって、生衛組合に加入していない個人又は法人（以下「組合非加入者」という。）とし、NTT タウンページから作成した業種別名簿に基づき、それぞれ無作為抽出により調査対象を選定した(計 4,500 対象)。

調査票の送付は郵送、回答は郵送調査又は Web 調査の方法とした。

調査票送付数に対する有効回答率は 10.3%であった。

	調査票送付数	調査票有効回答数	左のうち郵送回答	左のうち WEB 回答
実数	4,500	463	434	29
割合(%)	100	10.3	93.7 (対有効回答)	6.3 (対有効回答)

2 調査対象の属性

(1) 経営者の属性

性別では、男性が約 76%、女性が約 23%となっている。

年齢階級別では、40 歳未満が約 10%、40 歳～60 歳未満が約 40%、60 歳～70 歳未満が約 30%、70 歳以上は約 18%となっている。

(2) 店舗ベースで見た属性

今回調査対象とした 11 業種をサービス業関係と飲食業関係に分けてみると、サービス業関係が約 48%、飲食業関係が約 52%であった。

経営形態は、個人が約 69%、法人が約 31%であり、さらに、従業者数規模でみると、1～4 人が約 77%、5～9 人が約 10%となっており、10 人未満の規模が約 9 割を占めている。

業歴（開業後の経過年数）は、20 年以上が約 62%、10 年～20 年未満が約 16%で、両者を合わせた 10 年以上が約 78%となっている。

以上から、全体的にみると、男性、40～70 歳、個人経営、従業者数 1～4 人、業歴 20 年以上のものが、多数を占めていることがうかがえる。

経営者（1）性別 (%)

調査数	性別 (%)		
	男性	女性	無回答
463	75.6	22.9	1.5

経営者（2）年齢 (%)

調査数	年齢 (%)				
	40 歳未満	40 歳～60 歳未満	60 歳～70 歳未満	70 歳以上	無回答
463	9.9	40	30.2	17.9	1.9

店舗（3）業種

(%)

調査数	理容	美容	旅館ホテル	クリーニング	めん	すし	中華	喫茶	一般飲食	社交	日本料理	無回答
463	18.4	12.1	7.6	8.2	8.6	7.1	7.6	5.8	13.2	1.7	8.2	1.9

業種別2区分 (%)

調査数	サービス関係	飲食関係	無回答
463	46.2	52.3	1.9

店舗（4）経営形態 (%)

調査数	個人	法人	無回答
463	68.9	29.2	1.9

店舗（5）従業者数 (%)

調査数	1～4人	5～9人	10～19人	20～29人	30人以上	無回答
463	77.1	10.2	4.3	1.9	3.9	2.6

店舗（6）業歴

(%)

調査数	3年未満	3年～5年未満	5年～10年未満	10年～20年未満	20年以上	無回答
463	3.2	3.9	9.5	16.2	61.6	5.6

(注) 本報告書の各表中の黄色及び青色の塗りつぶし欄は、業種の中でその割合が第1位及び第2位を示しており、茶色の欄は、当該設問（回答）中での割合が高いことを示している。

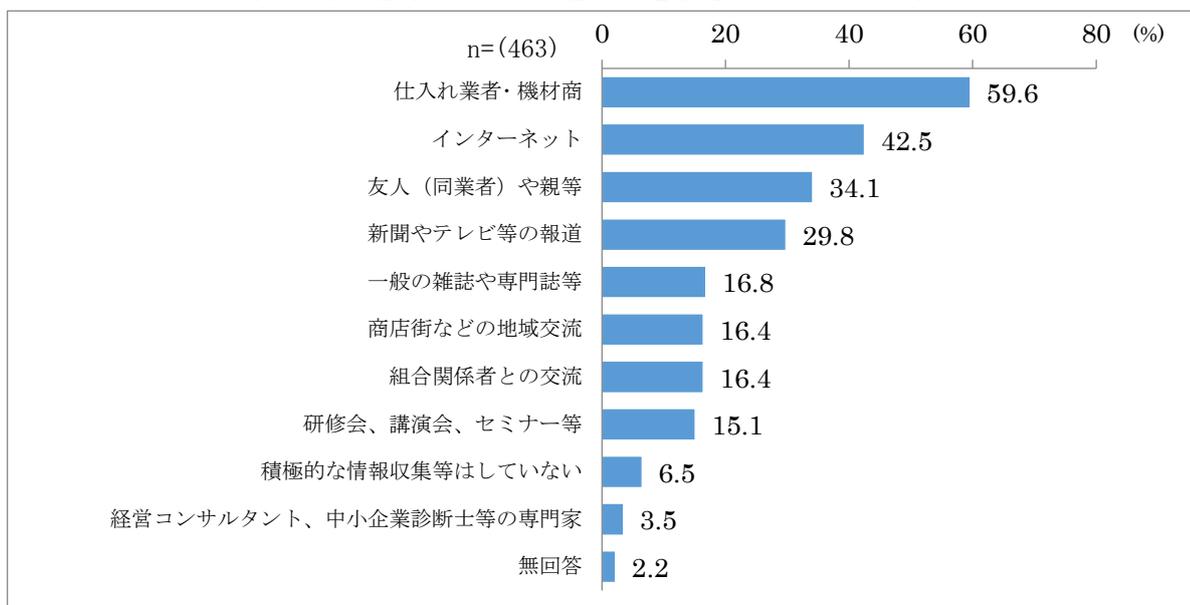
第2 調査結果の概要

1 営業上必要な情報等の入手方法（問1）

組合非加入者の情報等の入手方法は、全体では、「仕入れ業者・機材商」が約60%で最も多く、次いで「インターネット」（約43%）、「友人（同業者）や親等」（約34%）となっている。

[第1図]

第1図 組合非加入者の営業上必要な情報等の入手方法（全体）



【年齢階級別】

情報等の入手方法を経営者の年齢階級別にみると、「仕入れ業者・機材商」はどの年齢階級でも高い割合となっている。「インターネット」は低年齢層ほど利用する割合が高く、40歳未満（約72%）と70歳以上（約15%）では、57ポイントの差がある。逆に「組合関係者との交流」は、年齢階級が高くなるほど割合が高くなっている。

また、「研修会、講習会、セミナー等」、「経営コンサルタント、中小企業診断士等の専門家」については、40歳未満で比較的高い割合となっている。 [第1表]

第1表 経営者の年齢階級別にみた営業上必要な情報等の入手方法 (%)

	調査数	インターネット	商店街などの地域交流	組合関係者との交流	友人（同業者）や親等	仕入れ業者・機材商	経営コンサルタント、中小企業診断士等の専門家	一般の雑誌や専門誌等	新聞やテレビ等の報道	研修会、講演会、セミナー等	積極的な情報収集等はない	無回答
総数	463	42.5	16.4	16.4	34.1	59.6	3.5	16.8	29.8	15.1	6.5	2.2
40歳未満	46	71.7	13.0	8.7	41.3	67.4	13.0	19.6	17.4	19.6	-	4.3
40歳～60歳未満	185	57.3	16.8	10.8	35.7	68.1	1.6	20.5	30.8	15.1	3.8	0.5
60歳～70歳未満	140	30.7	16.4	18.6	32.9	53.6	2.9	13.6	32.1	14.3	10.0	2.9
70歳以上	83	14.5	16.9	30.1	28.9	49.4	2.4	14.5	31.3	14.5	10.8	2.4

【業種別】

情報の入手方法を業種別にみると、「インターネット」は、ホテル・旅館(約 77%)、日本料理(約 63%)、美容(約 57%)、一般飲食(約 56%)で高い割合となっているが、逆に、利用割合が低いのは社交(約 13%)、理容(約 28%)、クリーニング(約 24%)となっている。予約、宣伝等で広い範囲の顧客とのつながりが必要な業種ほど「インターネット」を活用していることがうかがわれる。

「商店街などの地域交流」は、サービス業と比べ飲食業の割合が高くなっている。

「組合関係者との交流」は、理容(約 40%)が最も割合が高く、次いで社交(約 38%)、クリーニング(約 29%)が高くなっている。

「友人(同業者)や親等」は、各業種とも割合が高いが、すし、一般飲食、日本料理で比較的その割合が高くなっている。

「仕入れ業者・機材商」は、ほとんどの業種においてその割合が高くなっているが、特に、美容(約 82%)、クリーニング(約 80%)、すし(約 73%)で高い割合となっている。

「研修会、講習会、セミナー等」は、理容、美容、クリーニング、ホテル・旅館のサービス業関係で比較的高い割合となっており、飲食業関係との差が大きくなっている。 [第2表]

第2表 業種別にみた営業上必要な情報等の入手方法

(%)

	調査数	インターネット	商店街などの地域交流	組合関係者との交流	友人(同業者)や親等	仕入れ業者・機材商	経営コンサルタント、中小企業診断士等の専門家	一般の雑誌や専門誌等	新聞やテレビ等の報道	研修会、講演会、セミナー等	積極的な情報収集等はない	無回答
総数	463	42.5	16.4	16.4	34.1	59.6	3.5	16.8	29.8	15.1	6.5	2.2
理容	85	28.2	11.8	40.0	35.3	57.6	-	17.6	30.6	28.2	5.9	-
美容	56	57.1	7.1	1.8	32.1	82.1	5.4	21.4	26.8	30.4	1.8	1.8
旅館ホテル	35	77.1	8.6	20.0	28.6	14.3	5.7	14.3	22.9	20.0	2.9	8.6
クリーニング	38	23.7	15.8	28.9	31.6	78.9	2.6	2.6	31.6	26.3	2.6	2.6
めん	40	32.5	17.5	10.0	22.5	72.5	-	22.5	20.0	2.5	10.0	-
すし	33	30.3	12.1	9.1	42.4	69.7	3.0	30.3	45.5	9.1	3.0	3.0
中華	35	31.4	31.4	5.7	31.4	65.7	2.9	11.4	37.1	2.9	11.4	-
喫茶	27	40.7	18.5	-	37.0	51.9	3.7	22.2	33.3	7.4	14.8	7.4
一般飲食	61	55.7	18.0	9.8	41.0	49.2	9.8	19.7	24.6	4.9	6.6	1.6
社交	8	12.5	25.0	37.5	25.0	37.5	-	25.0	25.0	12.5	12.5	-
日本料理	38	63.2	23.7	10.5	39.5	63.2	2.6	5.3	34.2	2.6	7.9	-

【従業者規模別】

情報等の入手方法を従業者規模別にみると、従業者規模が10人未満では「仕入れ業者・機材商」の割合が最も高くなっているが、従業者規模10人以上では、「インターネット」の割合が最も高くなっている。また、従業者規模20人以上では、従業者規模19人以下と比べ「研修会、講演会、セミナー等」の割合が高くなっている。〔第3表〕

第3表 従業者規模別の営業上必要な情報等の入手方法 (%)

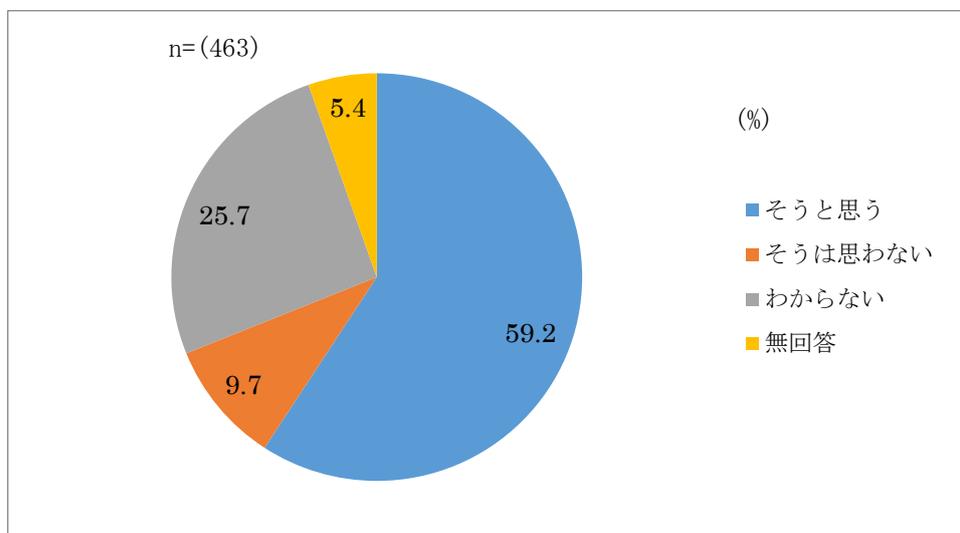
	調査数	インターネット	商店街などの地域交流	組合関係者との交流	友人（同業者）や親等	仕入れ業者・機材商	経営コンサルタント、中小企業診断士等の専門家	一般の雑誌や専門誌等	新聞やテレビ等の報道	研修会、講演会、セミナー等	積極的な情報収集等はしていない	無回答
総数	463	42.5	16.4	16.4	34.1	59.6	3.5	16.8	29.8	15.1	6.5	2.2
1～4人	357	36.7	14.8	18.2	34.2	61.9	2.2	16.5	33.1	13.2	7.6	1.1
5～9人	47	59.6	17.0	4.3	34.0	70.2	4.3	23.4	19.1	8.5	4.3	6.4
10～19人	20	60.0	35.0	20.0	45.0	50.0	10.0	5.0	10.0	15.0	-	5.0
20～29人	9	66.7	-	22.2	55.6	33.3	33.3	11.1	11.1	55.6	-	-
30人以上	18	88.9	22.2	11.1	11.1	38.9	5.6	27.8	38.9	38.9	-	-

2 生衛業の経営に当たっての経営者の意識（問2）

(1) 生衛業を通じて地域貢献、社会貢献をしたい。

組合非加入者の生衛業経営に当たっての経営者の意識について、「生衛業を通じて地域貢献、社会貢献をしたい」かに対し、「そう思う」は約59%で、「そうは思わない」の約10%を大きく上回っている。〔第2図〕

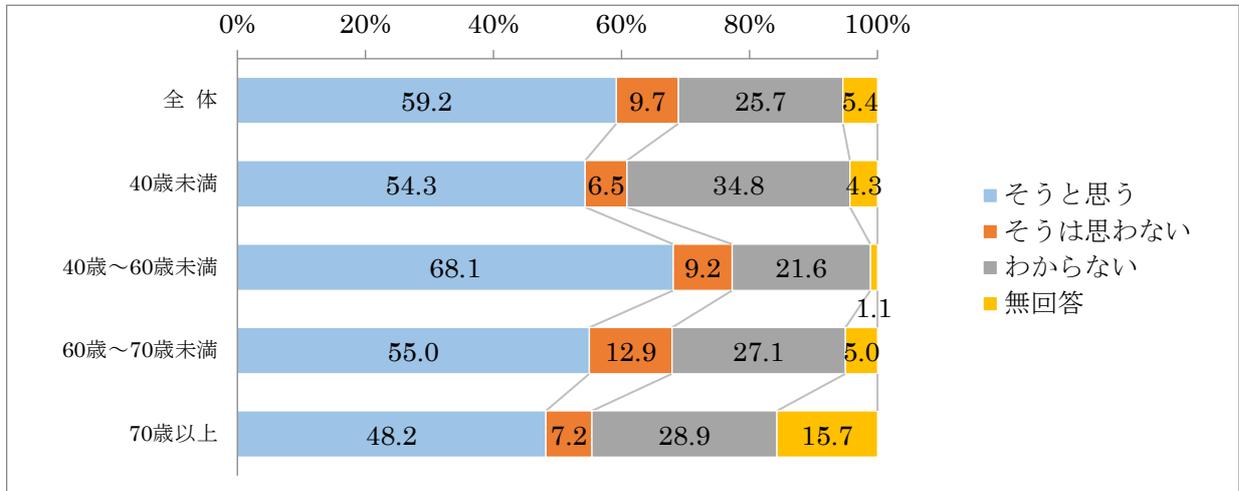
第2図 生衛業経営を通じての地域貢献、社会貢献に対する意識



【年齢階級別】

年齢階級別にみると、40～60歳未満で、地域貢献、社会貢献を「したいと思う」が平均（約59%）と比べ高くなっており、他の年齢階級は平均を下回っている。〔第3図〕

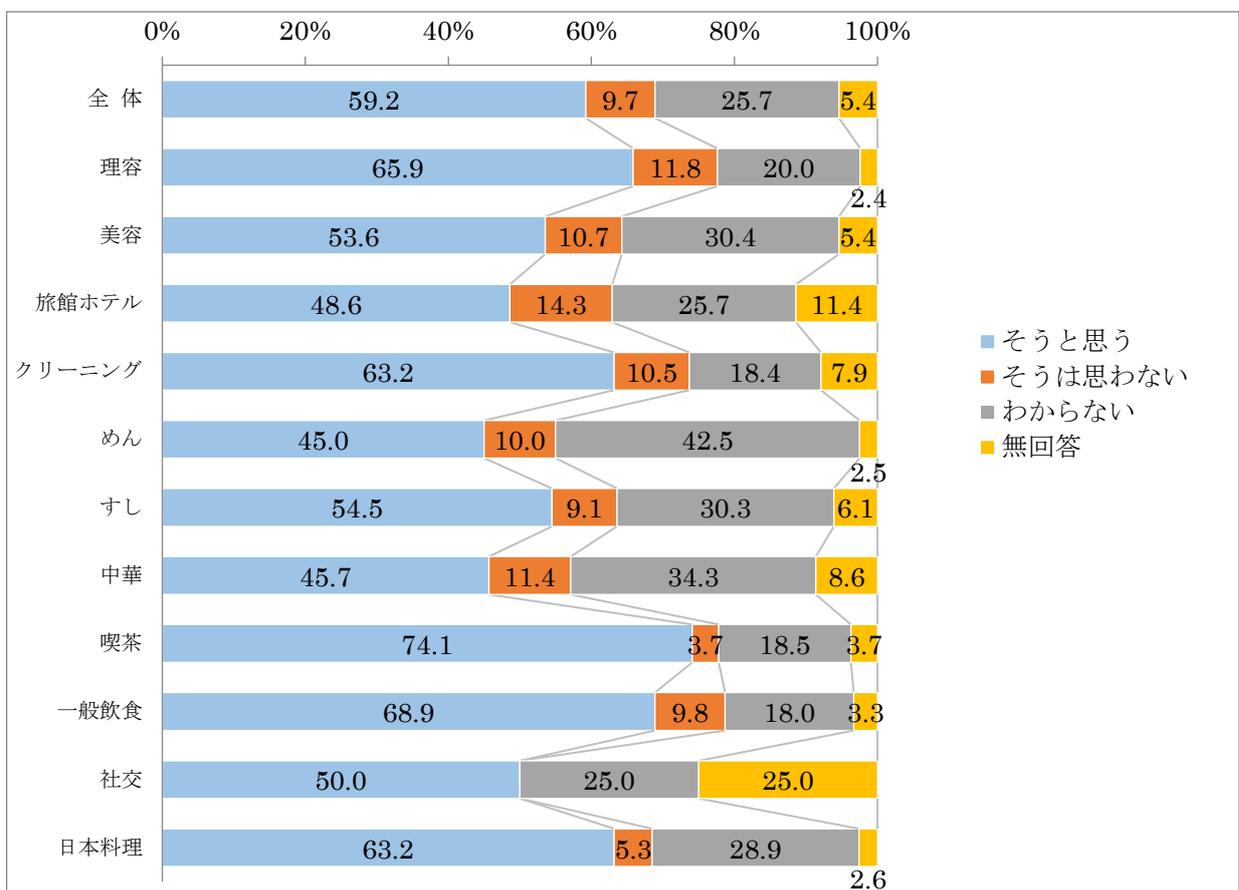
第3図 年齢階級別にみた生衛業経営を通じての地域貢献、社会貢献に対する意識



【業種別】

業種別にみると、喫茶（約74%）、一般飲食（約69%）、理容（約66%）、日本料理（約63%）、クリーニング（約63%）において、地域貢献、社会貢献の意識が平均より高くなっている。〔第4図〕

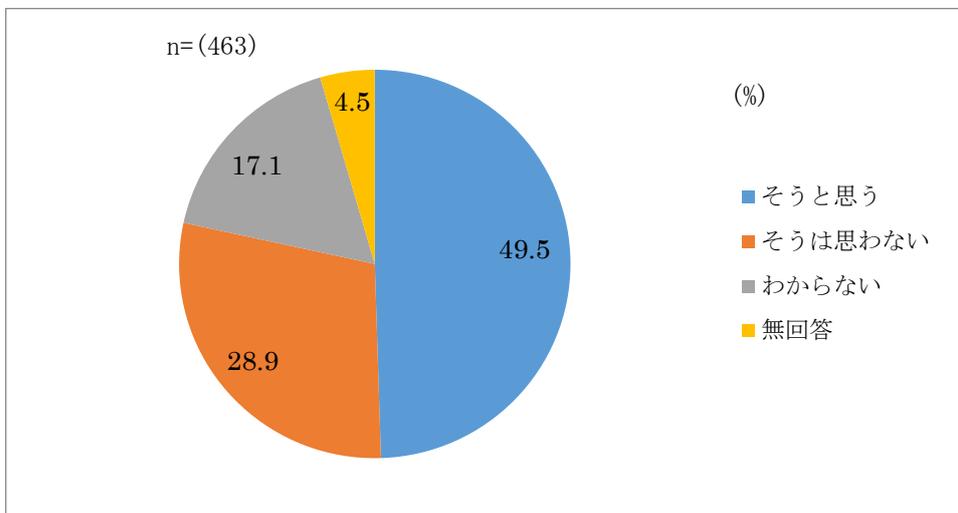
第4図 業種別にみた生衛業経営を通じての地域貢献、社会貢献に対する意識



(2) 同業者との人脈形成、親睦交流や情報交換を図りたい。

生衛業経営に当たって、組合非加入者の約50%が「同業者との人脈形成、親睦交流や情報交換を図りたい」と思っているのに対し、「そうは思わない」は約29%となっている。〔第5図〕

第5図 同業者との人脈形成・親睦交流や情報交換に関する意識

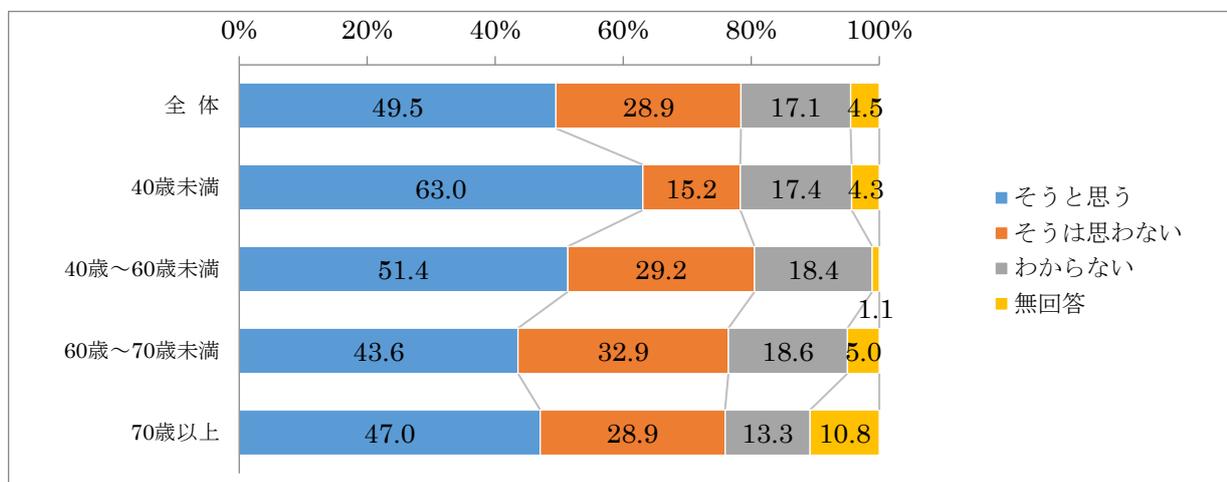


【年齢階級別】

年齢階級別にみると、40歳未満において「そう思う」が約63%で最も高くなっている。

〔第6図〕

第6図 年齢階級別にみた同業者との人脈形成・親睦交流や情報交換に関する意識

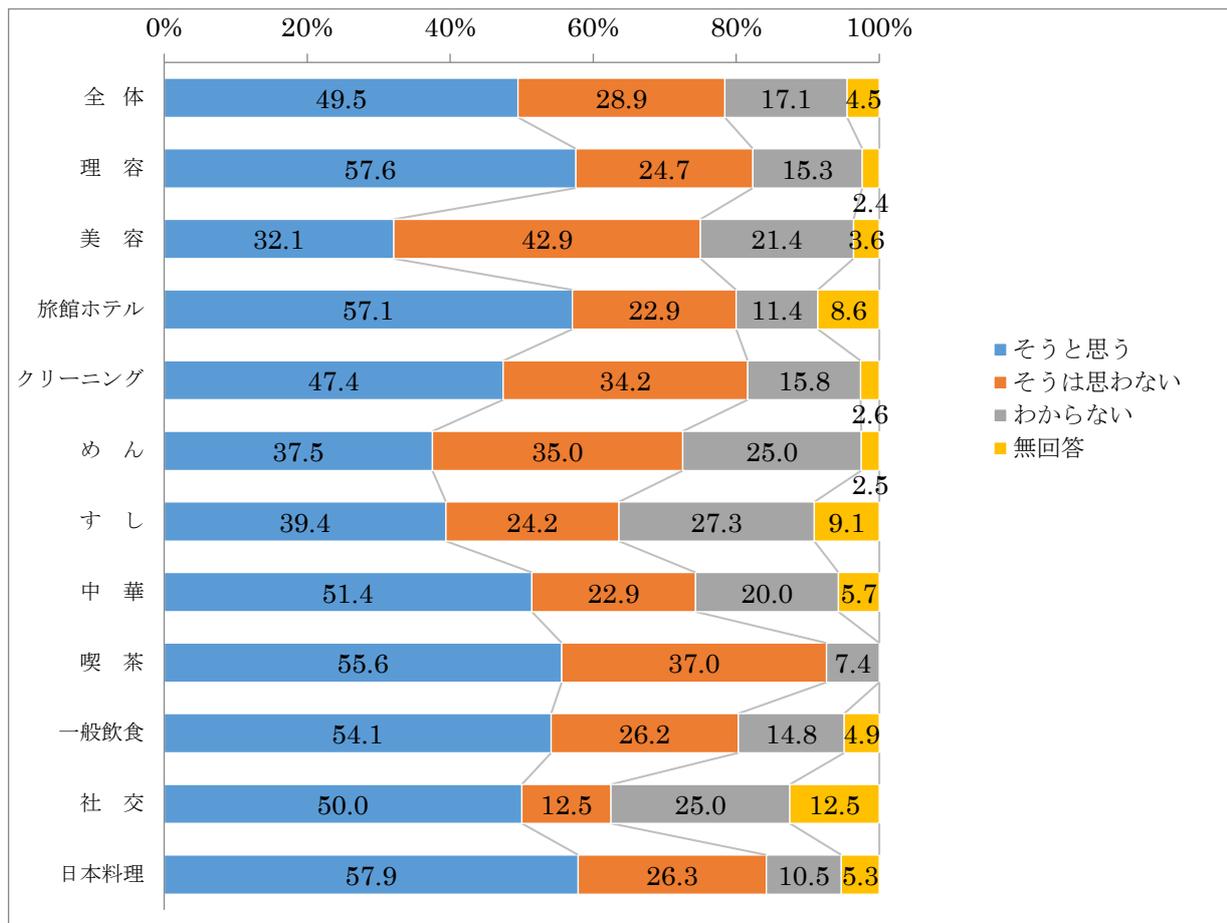


【業種別】

業種別にみると、「そう思う」は日本料理(約58%)、理容(約58%)、ホテル・旅館(約57%)で割合が高くなっているが、美容では「そうは思わない」(約43%)が「そう思う」(約32%)を11ポイント上回っている。

なお、「そうは思わない」は、美容に次いで、喫茶(約37%)、めん(約35%)の割合が高くなっている。〔第7図〕

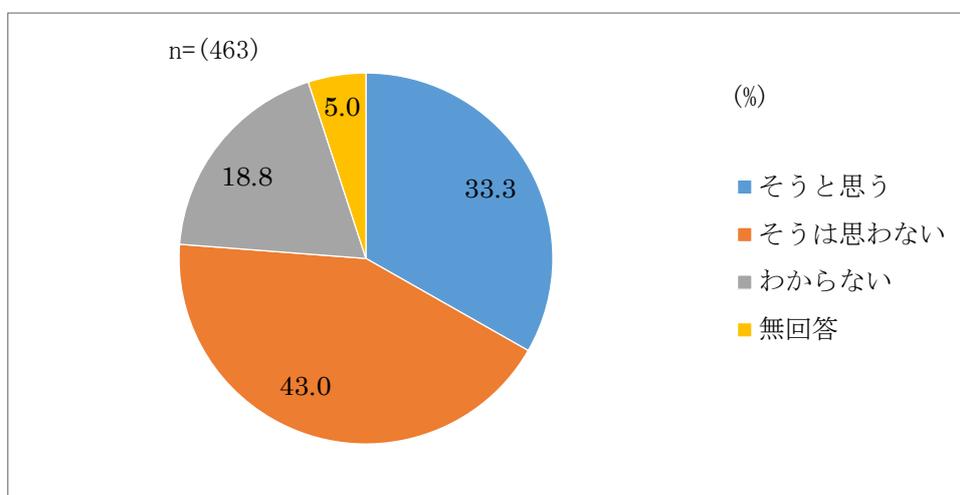
第7図 業種別にみた同業者との人脈形成・親睦交流や情報交換に関する意識



(3) 有利な条件で金融機関からの融資を受けたい

組合非加入者の「有利な条件で金融機関からの融資を受けたい」と思っている割合が約33%であるのに対し、「そうは思わない」が約43%、「わからない」が約19%となっている。 [第8図]

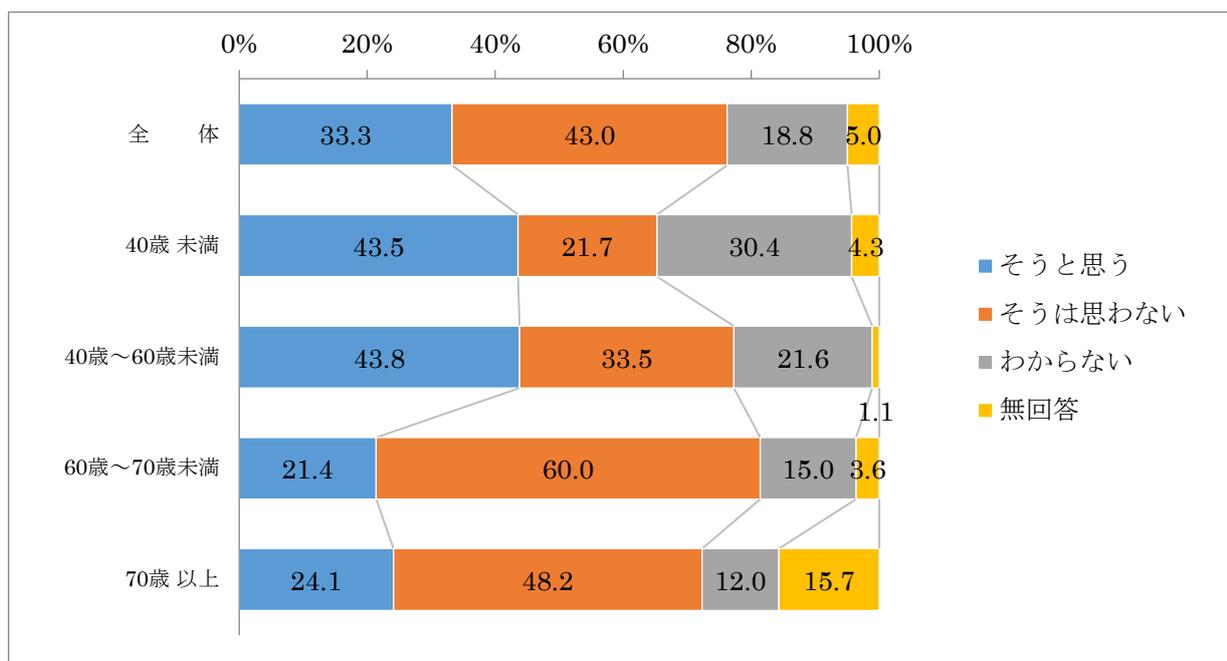
第8図 有利な条件での金融機関からの融資に関する意識



【年齢階級別】

年齢階級別みると、60歳未満では「有利な条件で金融機関からの融資を受けたい」と思っている割合が40%以上で、「そうは思わない」を上回っているのに対し、60歳以上では「そう思う」の割合が半減し、「そうは思わない」が高くなっている。 [第9図]

第9図 年齢階級別にみた有利な条件での金融機関からの融資に関する意識



【業種別】

業種別でみると、「有利な条件で金融機関からの融資を受けたい」と思っている割合が最も高いのは、日本料理の約55%で、次いですしの約42%、一般飲食の約41%となっている。

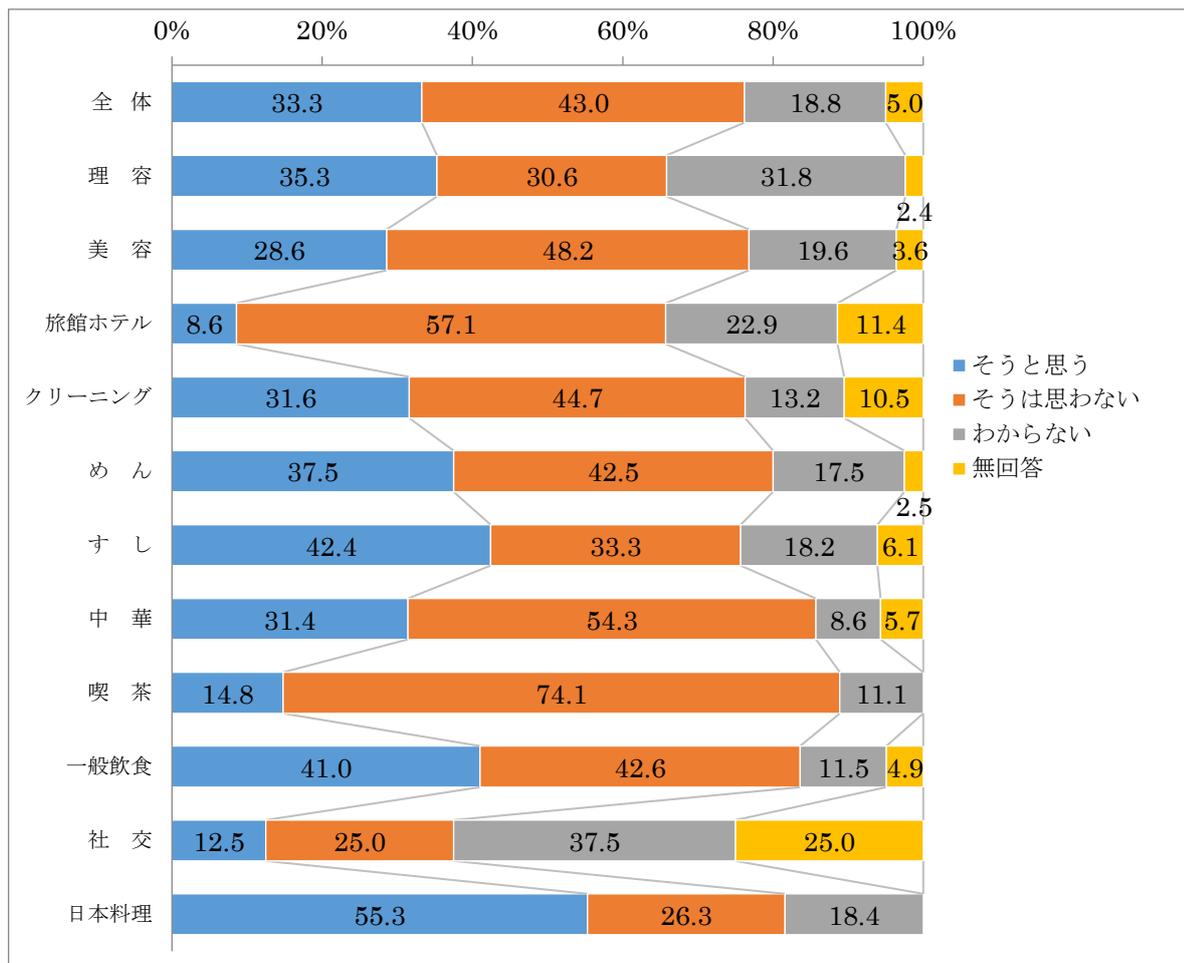
他方、ホテル・旅館、社交、喫茶では、「有利な条件で金融機関からの融資を受けたい」と思っている割合はそれぞれ約8%、約13%、約15%と低く、逆に、「そうは思わない」はホテル・旅館が約57%、喫茶が約74%と高い割合となっている。

「そうは思わない」割合が「有利な条件で金融機関からの融資を受けたい」と思っている割合を上回る業種は、美容、ホテル・旅館、クリーニング、めん、中華、喫茶、一般飲食、社交の8業種となっている。

また、「わからない」は、社交(約38%)、理容(約32%)で、他業種に比較して割合が高くなっている。

[第10図]

第10図 業種別にみた有利な条件での金融機関からの融資に関する意識

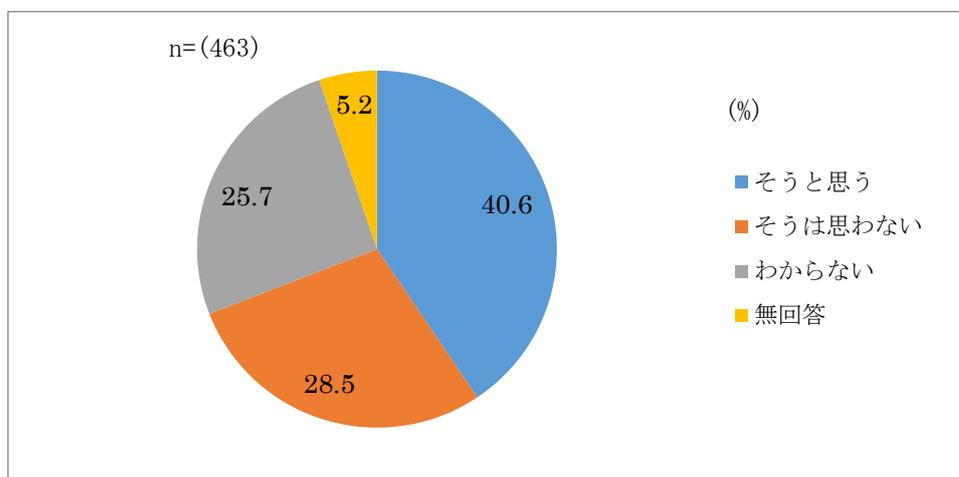


(4) 各種共済事業の加入や、資材購入の割引制度を利用したい

組合非加入者の「各種共済事業の加入や、資材購入の割引制度を利用したい」と思っている割合は約41%であるのに対し、「そうは思わない」は約29%、「わからない」は約26%となっている。

[第11図]

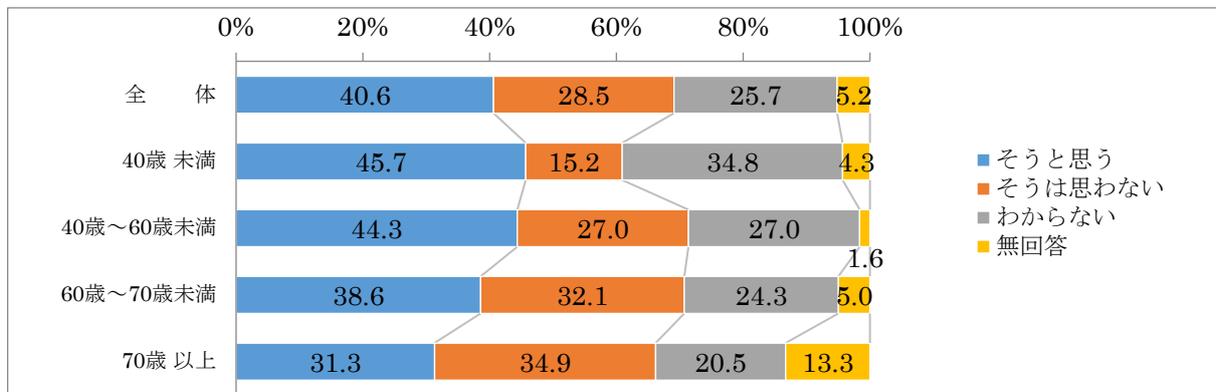
第11図 各種共済事業の加入や資材購入の割引制度利用に関する意識



【年齢階級別】

年齢階級別にみると、60歳未満で「各種共済事業の加入や、資材購入の割引制度を利用したい」と思っている割合が40%台で比較的高くなっている。これに対し、「そうは思わない」は、70歳以上（約35%）、60歳～70歳未満（約32%）の割合が高くなっている。 [第12図]

第12図 年齢階級別にみた各種共済事業の加入や資材購入の割引制度利用に関する意識



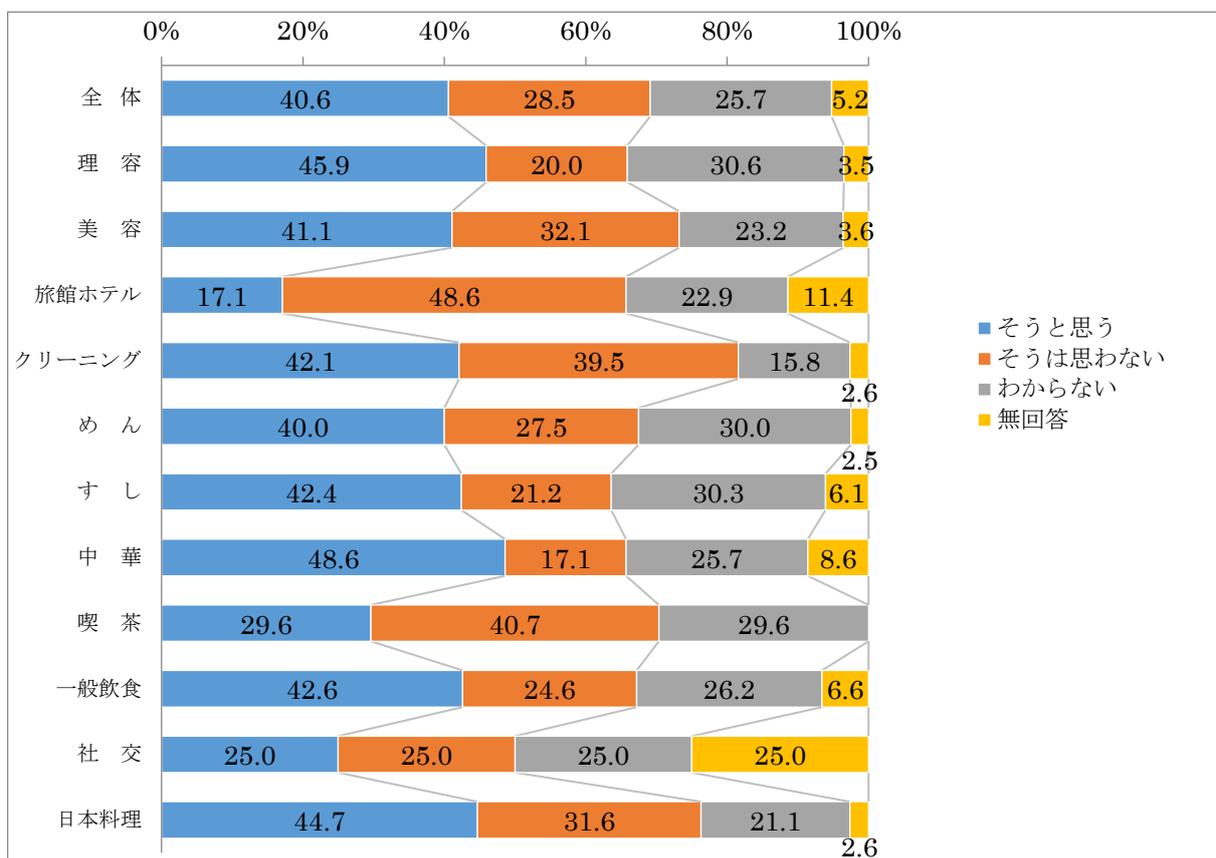
【業種別】

業種別にみると、「各種共済事業の加入や、資材購入の割引制度を利用したい」は、ホテル・旅館（約17%）、社交（約25%）、喫茶（約30%）で、他業種と比べ割合が低くなっているが、それ以外の業種では40%台となっている。

一方、「そうは思わない」は、ホテル・旅館（約49%）、喫茶（約40%）で高い割合となっている。

[第13図]

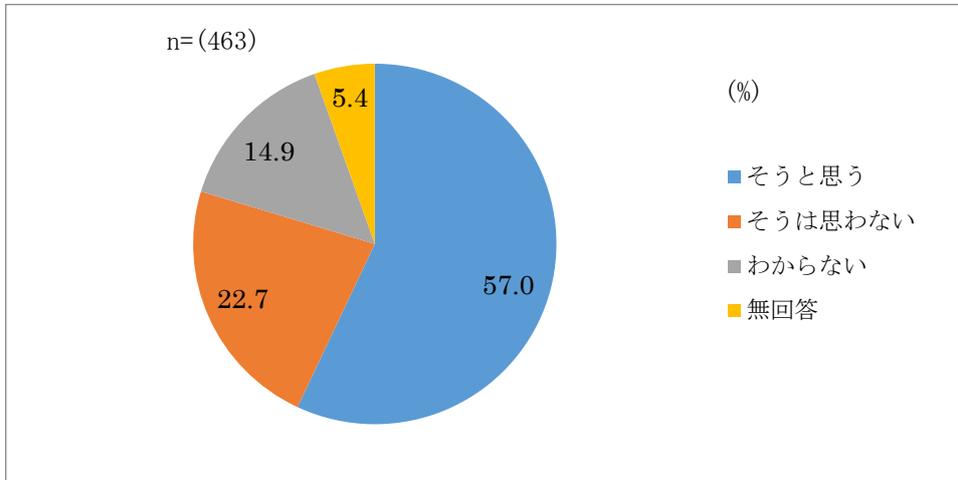
第13図 業種別にみた各種共済事業の加入や資材購入の割引制度利用に関する意識



(5) 経営上必要又は有用な情報を早期に入手したい

組合非加入者の「経営上必要又は有用な情報を早期に入手したい」と思っている割合は約 57%であり、「そうは思わない」の約 23%を大きく上回っている。〔第 14 図〕

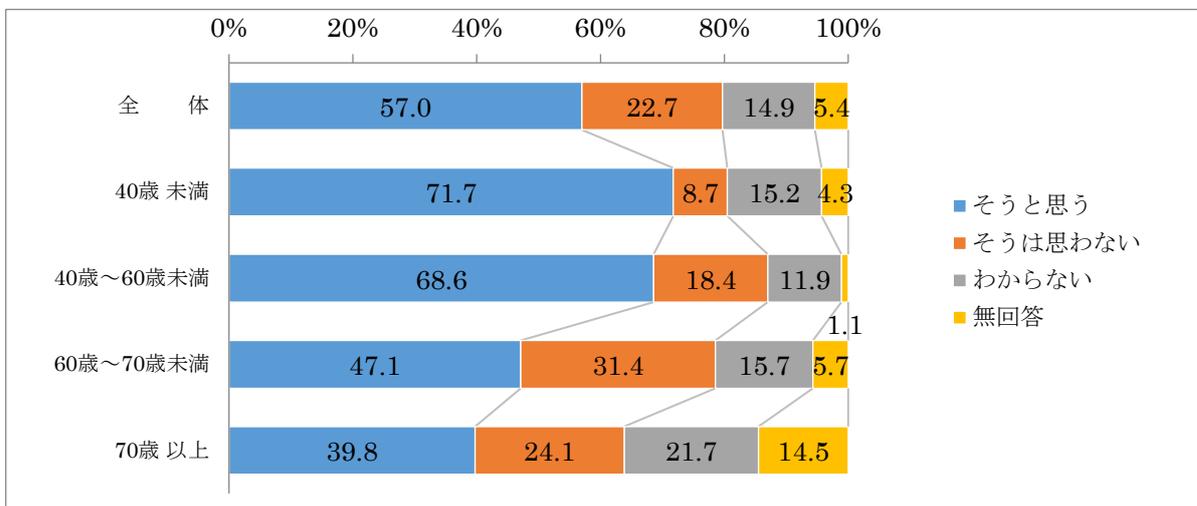
第 14 図 経営上必要・有用な情報の早期入手に関する意識



【年齢階級別】

年齢階級別にみると、年齢階級が低いほど「経営上必要又は有用な情報を早期に入手したい」と思う割合が高く、40歳未満では約 72%となっている。〔第 15 図〕

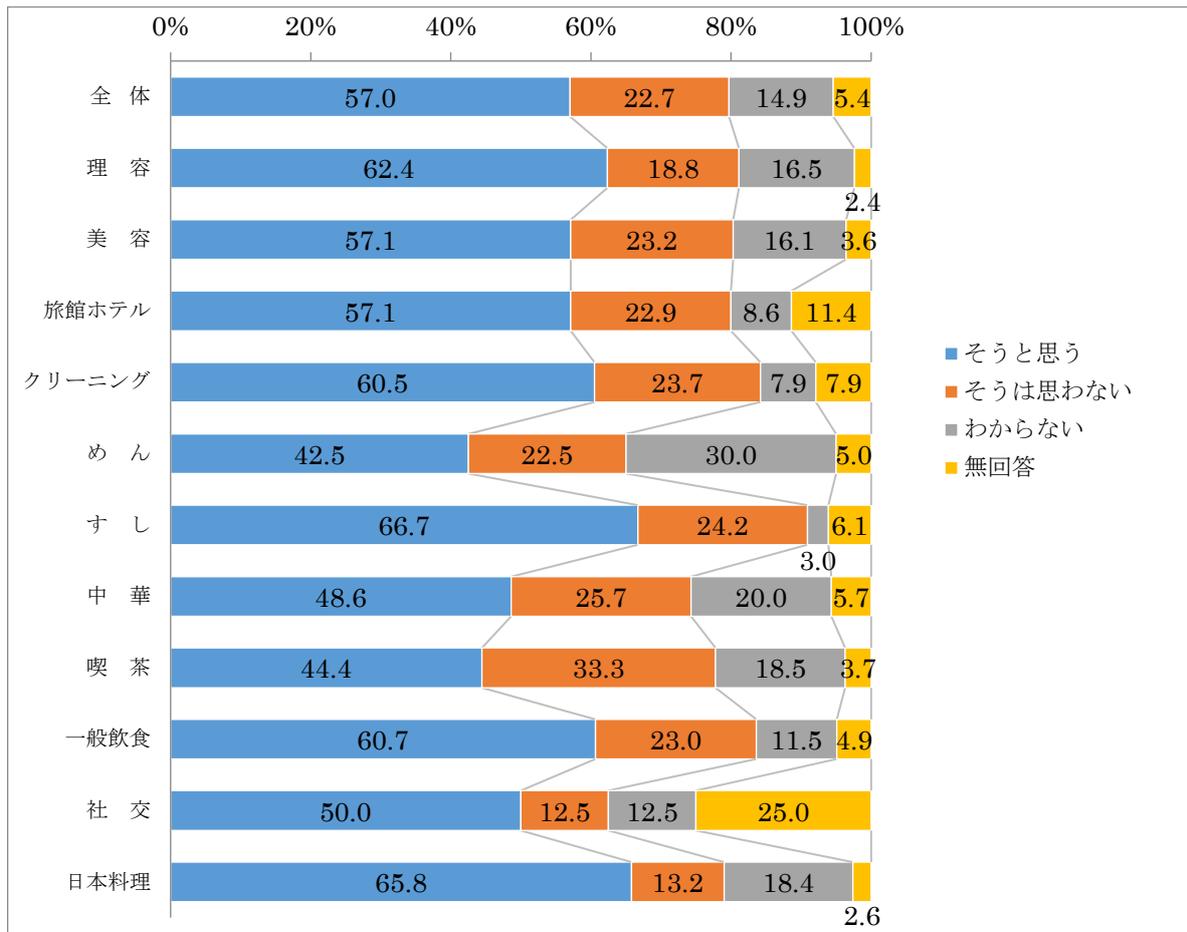
第 15 図 年齢階級別にみた経営上必要・有用な情報の早期入手に関する意識



【業種別】

業種別にみると、めん(約 43%)、喫茶(約 44%)、中華(約 49%)、社交(約 50%)で「経営上必要又は有用な情報を早期に入手したい」と思っている割合が平均(約 57%)を下回っているが、全体的にみて「そう思う」割合が高くなっている。〔第 16 図〕

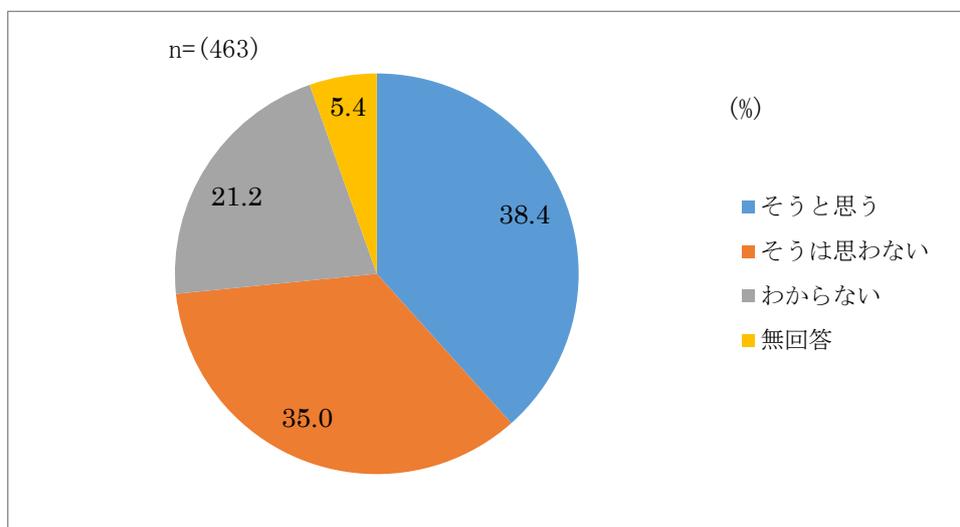
第16図 業種別にみた経営上必要・有用な情報の早期入手に関する意識



(6) 研修会、講習会、セミナー等に参加し必要な知識・情報、技術・技能を修得したい

組合非加入者の「研修会、講習会、セミナー等に参加し必要な知識・情報、技術・技能を修得したい」と思っている割合は約38%で、「そうは思わない」の約35%を上回っている。 [第17図]

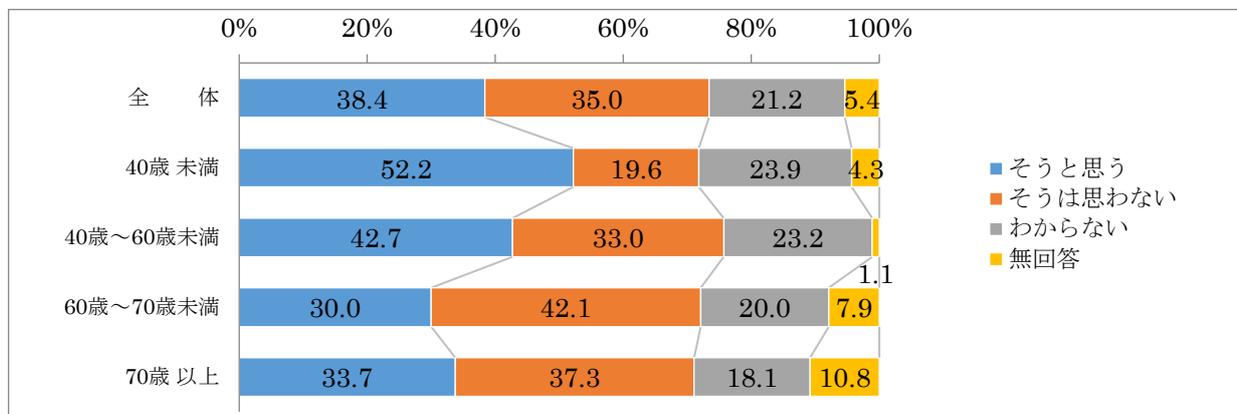
第17図 研修会、講習会、セミナー等参加による知識・情報等修得に関する意識



【年齢階級別】

年齢階級別にみると、「研修会、講習会、セミナー等に参加し必要な知識・情報、技術・技能を修得したい」と思っている割合は 40歳未満 で約 52% と高い。一方、この割合は 60歳以上では 30% 台で、「そうは思わない」を下回っている。 [第18図]

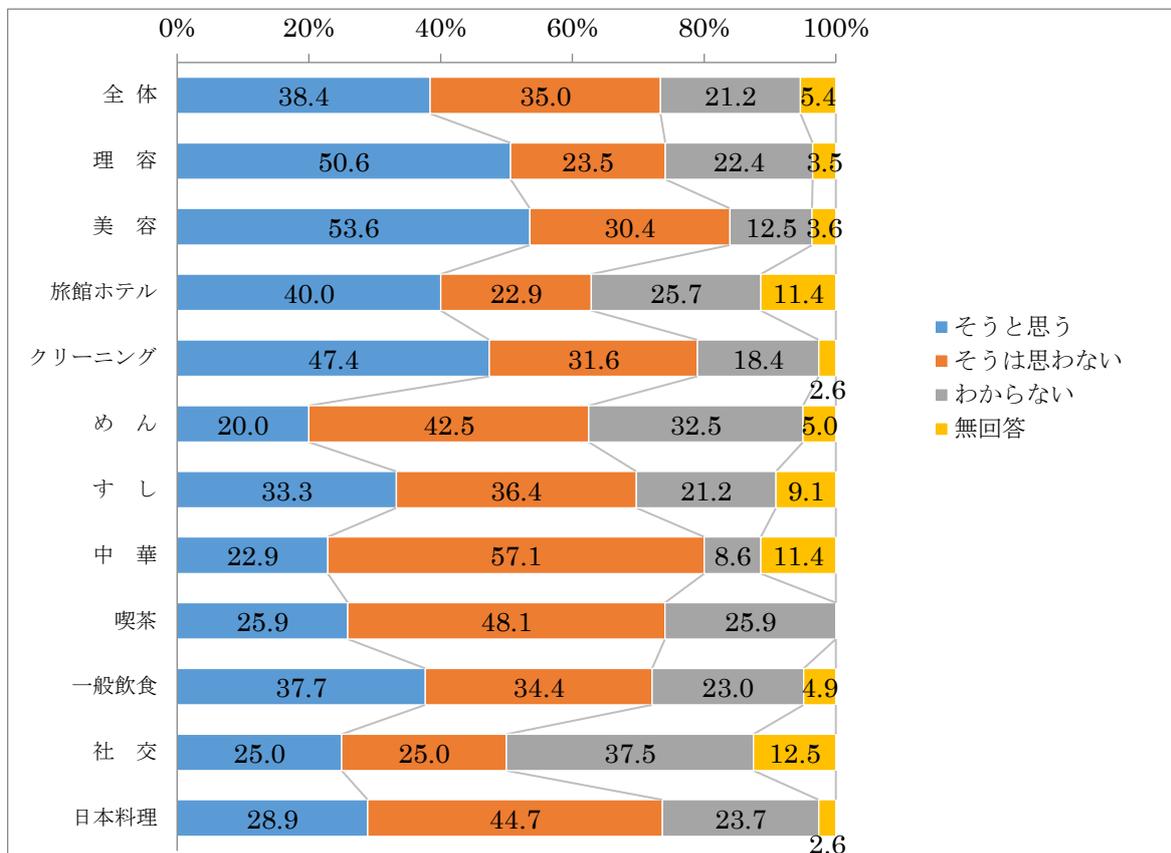
第18図 年齢階級別にみた研修会、講習会、セミナー等参加による知識・情報等修得に関する意識



【業種別】

業種別にみると、美容 (約 54%)、理容 (約 51%)、クリーニング (約 47%) で、「研修会、講習会、セミナー等に参加し必要な知識・情報、技術・技能を修得したい」と思っている割合が高くなっている。これに対し、飲食業関係では、すべての業種で平均 (約 38%) を下回っている。 [第19図]

第19図 業種別組合非加入者のセミナー等参加による知識・情報等修得に関する意識

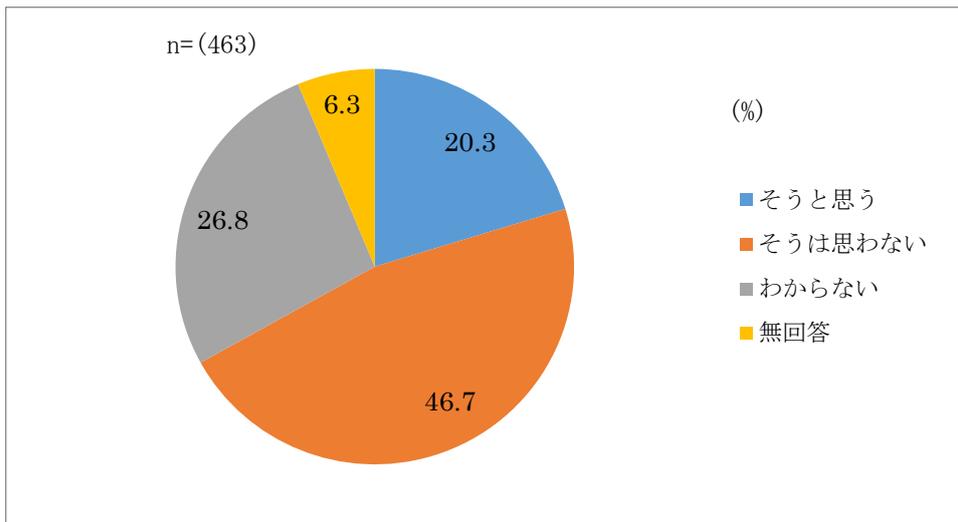


(7) 経営指導や衛生指導、その他相談指導を受けたい（(8)及び(9)の指導支援以外）

組合非加入者の「経営指導や衛生指導、その他相談指導を受けたい」と思っている割合が約20%であるのに対し、「そうは思わない」は約47%と大きく上回っている。〔第20図〕

(注：本項の設問は、次項「(8)人材確保や人材育成の指導支援を受けたい。」及び「(9)IT対策やリスク管理対策について指導支援を受けたい。」以外の相談指導一般への意識を問うものである。)

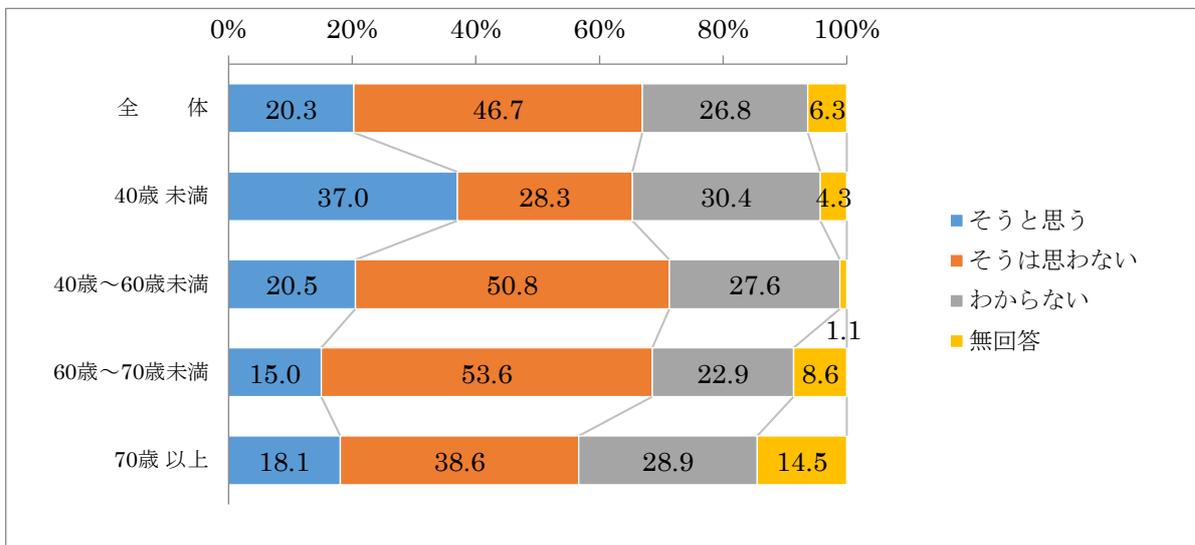
第20図 経営指導や衛生指導等を受けることに関する意識



【年齢階級別】

年齢階級別にみると、40歳未満で「経営指導や衛生指導、その他相談指導を受けたい」と思っている割合が約37%で最も高くなっている。しかし、他の年齢階級では、「そうは思わない」の割合が高く、60歳～70歳未満及び40歳～60歳未満では、「そうは思わない」がそれぞれ約54%、約51%となっている。〔第21図〕

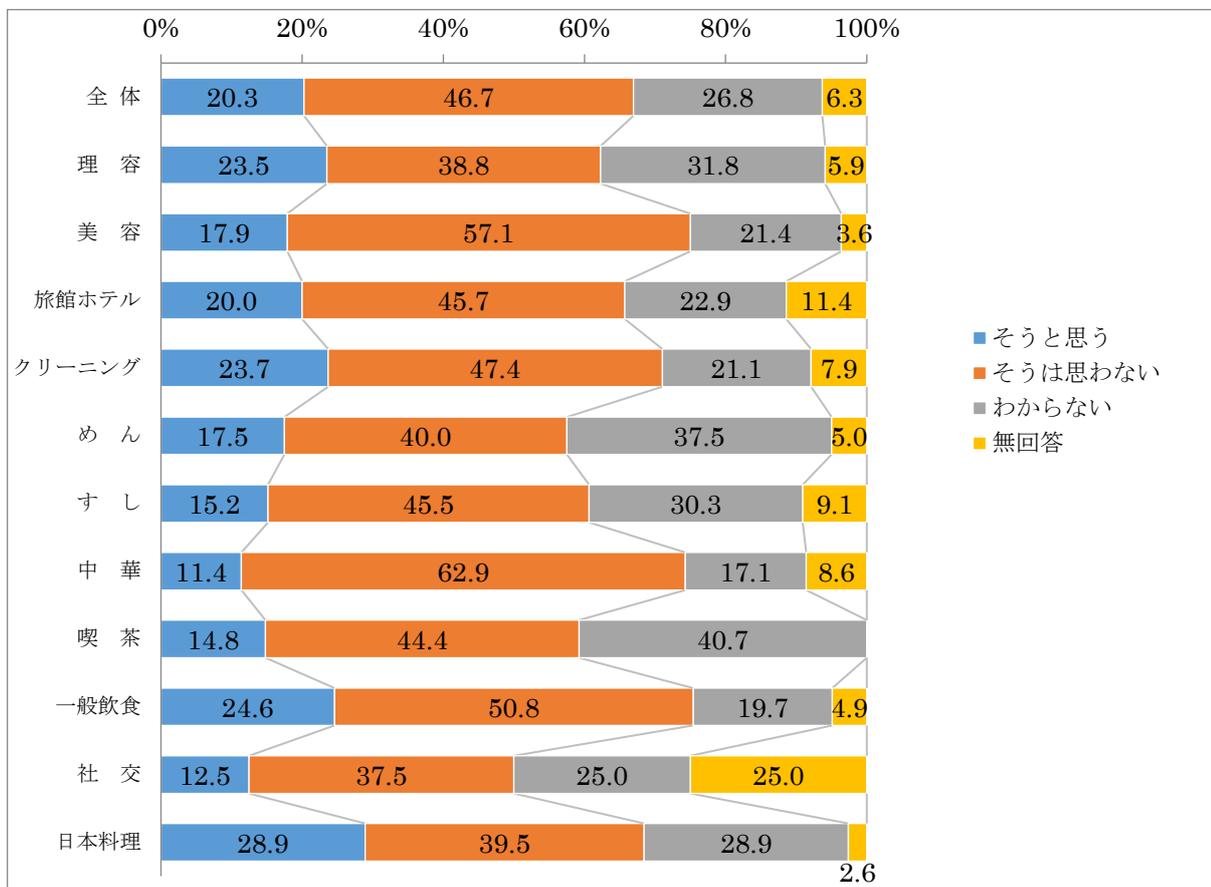
第21図 年齢階級別にみた経営指導や衛生指導等を受けることに関する意識



【業種別】

業種別にみると、日本料理、一般飲食、クリーニング、理容において、「経営指導や衛生指導、その他相談指導を受けたい」と思っている割合が、平均（約 20%）を上回っている。 [第 2 2 図]

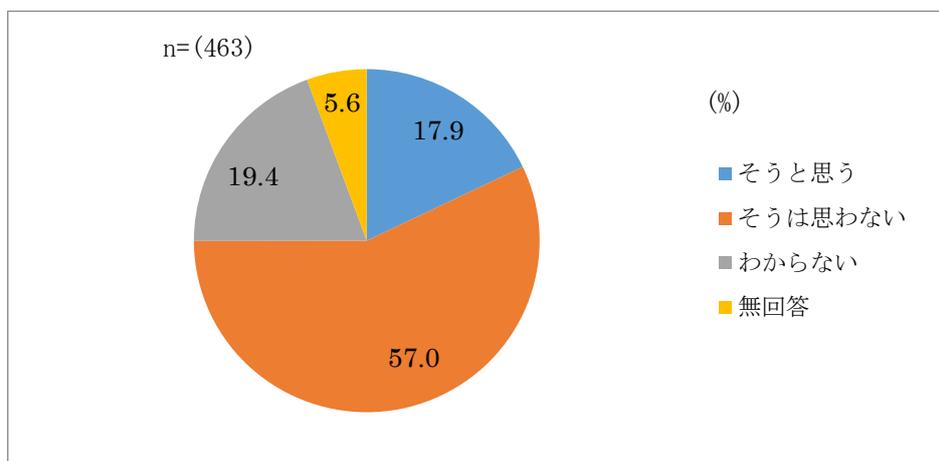
第 2 2 図 業種別にみた経営指導や衛生指導等を受けることに関する意識



(8) 人材確保や人材育成の指導支援を受けたい

組合非加入者の「人材確保や人材育成の指導支援を受けたい」と思っている割合は約 18%で、これに対し「そうは思わない」が約 57%となっている。 [第 2 3 図]

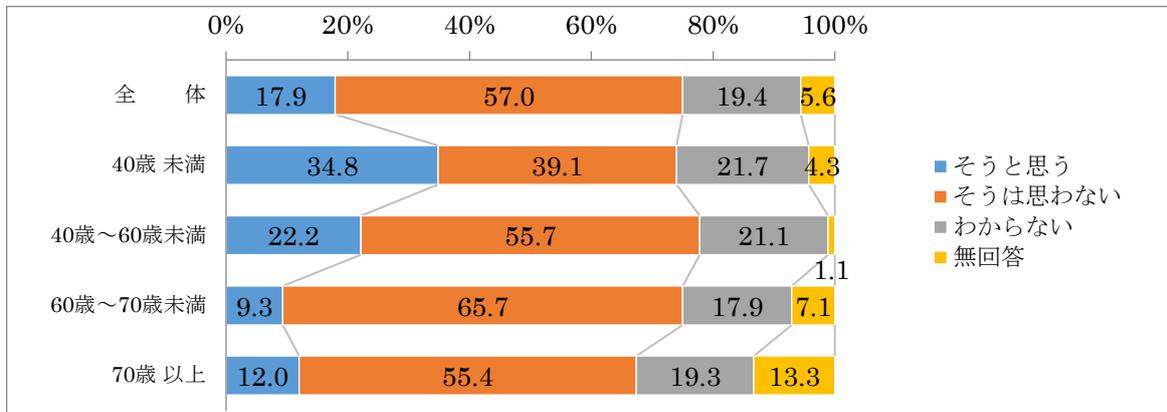
第 2 3 図 人材確保や人材育成の指導支援を受けることに関する意識



【年齢階級別】

年齢階級別にみると、40歳未満で「人材確保や人材育成の指導支援を受けたい」と思っている割合が比較的高く約35%となっているものの、すべての年齢階級で「そうは思わない」の割合が「そう思う」を上回っている。 [第24図]

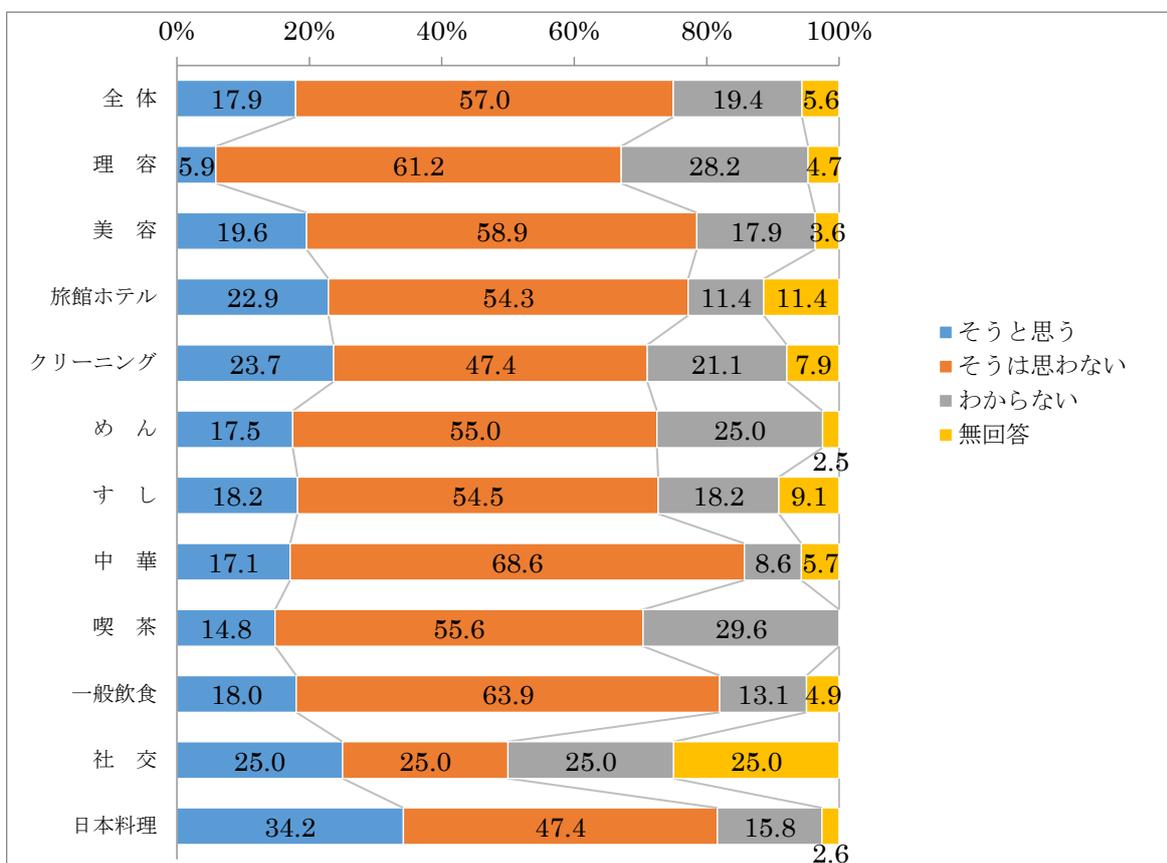
第24図 年齢階級別にみた人材確保や人材育成の指導支援を受けることに関する意識



【業種別】

業種別にみると、「人材確保や人材育成の指導支援を受けたい」と思っている割合は、日本料理(約34%)が最も高く、社交(約25%)、クリーニング(約24%)などが続いている。一方、この割合は、理容(約6%)が最も低くなっている。 [第25図]

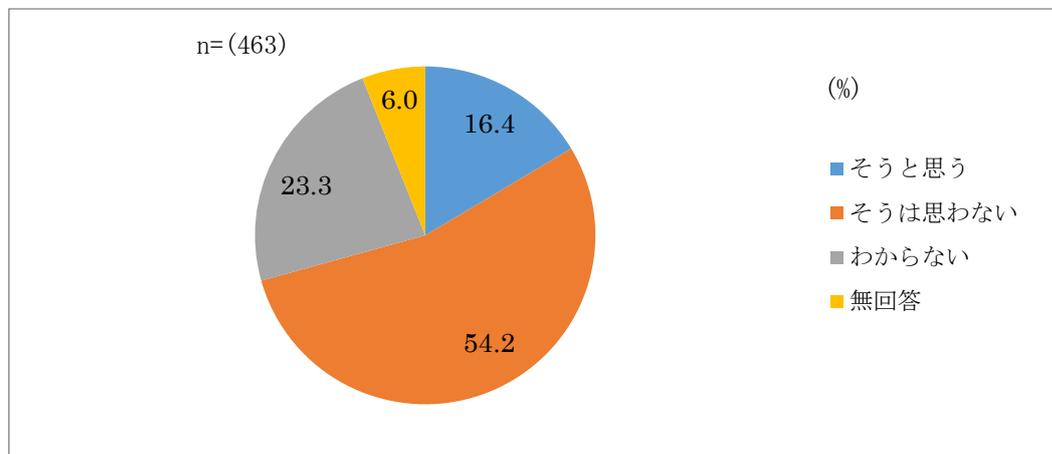
第25図 業種別にみた人材確保や人材育成の指導支援を受けることに関する意識



(9) IT対策やリスク管理対策について指導支援を受けたい

組合非加入者の「IT対策やリスク管理対策について指導支援を受けたい」と思っている割合は約16%で、これに対し「そうは思わない」が約54%となっている。 [第26図]

第26図 業種別にみたIT対策やリスク管理対策の指導支援を受けることに関する意識



【年齢階級別】

年齢階級別にみると、60歳未満で「IT対策やリスク管理対策について指導支援を受けたい」と思っている割合が平均(約16%)を上回っており、40歳未満の約24%が最も高くなっている。

[第27図]

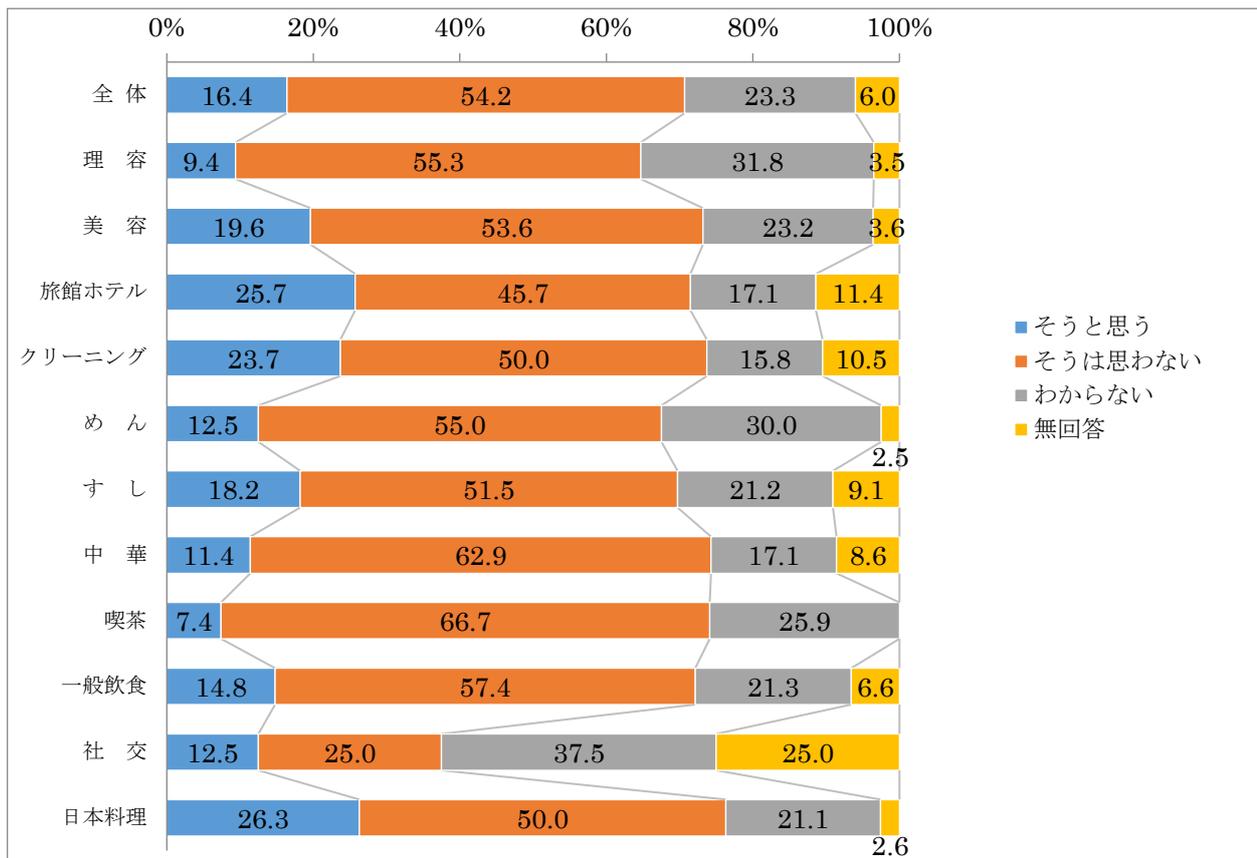
第27図 年齢階級別にみたIT対策やリスク管理対策の指導支援を受けることに関する意識



【業種別】

業種別にみると、「IT対策やリスク管理対策について指導支援を受けたい」と思っている割合は、日本料理(約26%)、ホテル・旅館(約26%)、クリーニング(約24%)において高くなっており、喫茶(約7%)、理容(約9%)で低くなっている。 [第28図]

第28図 業種にみたIT対策やリスク管理対策の指導支援を受けることに関する意識

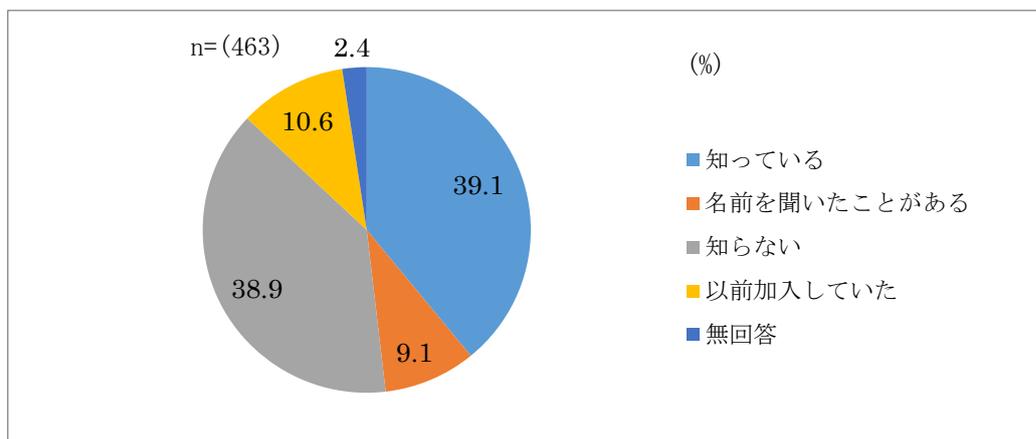


3 自分が経営する業種の組合（生活衛生同業組合）の認知状況（問3）

組合非加入者が、自分の経営する業種の生活衛生同業組合があることを知っているかどうかの認知状況についてみると、「知っている」が約39%、「知らなかった」が約39%と同程度の割合となっている。

「知っている」に「以前加入していた」約11%を合わせると、半数（約50%）が“組合を知っている”となり、さらに「名前を聞いたことがある」の約9%を合わせると、約6割が“組合を知っている”となる。 [第29図]

第29図 自分が経営する業種の組合があることについての認知状況



【年齢階級別】

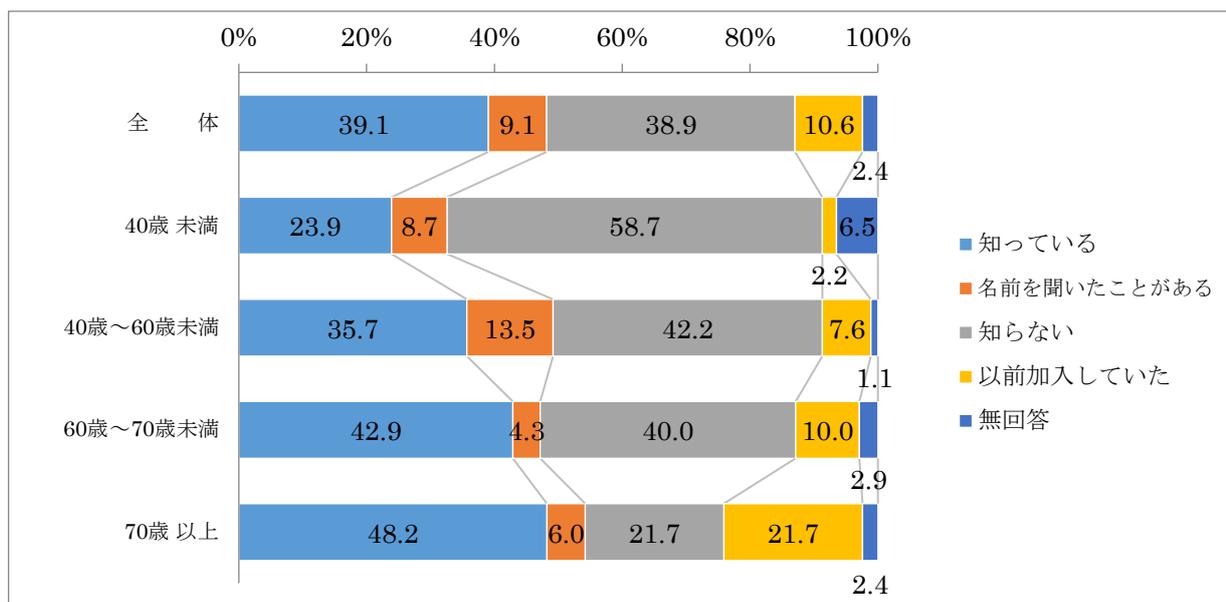
年齢階級別にみると、40歳未満では、組合を「知らない」が約59%であるのに対し、「知っている」割合は約24%となっている。年齢階級が高くなるほど組合を「知らない」割合は低くなり、一方、「知っている」割合が高くなっている。

60歳～70歳未満では、「知っている」(約43%)と「知らない」(約40%)がほぼ同じ割合であるのに対し、70歳以上では、「知っている」(約48%)の割合が高く、「知らない」(約22%)はその半分以上の割合となっている。

なお、「以前加入していた」は、70歳以上で約22%、60歳～70歳未満で約10%となっている。

[第30図]

第30図 年齢階級別にみた自分が経営する業種の組合があることについての認知状況



【業種別】

業種別にみると、組合非加入者の組合を「知っている」割合は、業種間でのバラツキが大きい。「知っている」は、サービス業関係で、理容が約69%、クリーニングが約50%、美容が約43%で平均(約39%)を上回っており、飲食業関係では、社交が約63%となっており、めん、すしもわずかに平均を上回っている。

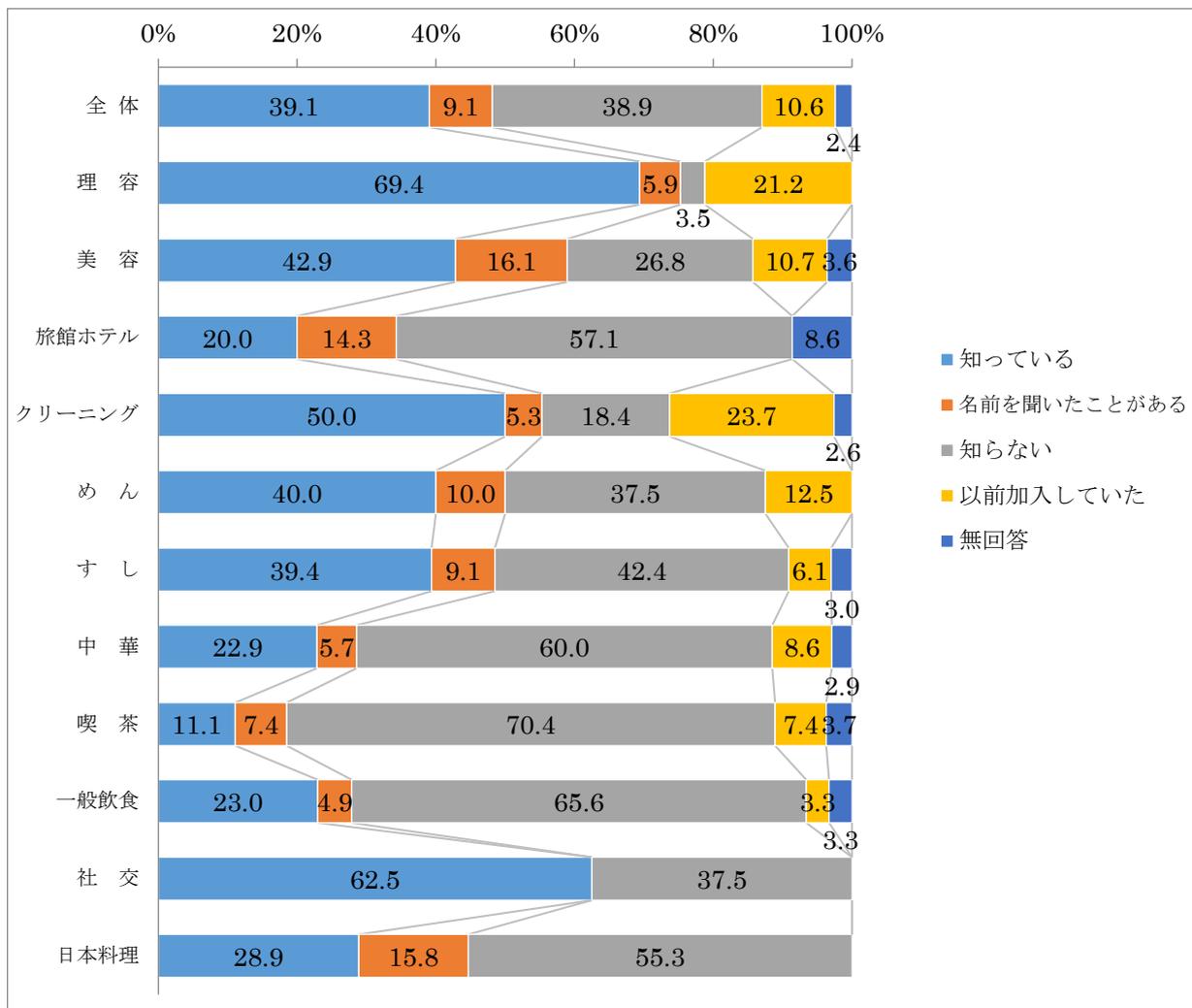
一方、サービス業関係では、ホテル・旅館の「知っている」が約20%と低く、飲食業では、喫茶(約11%)、中華(約23%)、一般飲食(約23%)で「知っている」の割合が低い。逆に、その分、「知らない」の割合が高く、ホテル・旅館で約57%、喫茶(約70%)、一般飲食(約66%)、中華(約60%)となっている。

「名前を聞いたことがある」は、サービス業関係では美容が約16%、ホテル・旅館が約14%、飲食業関係では日本料理が約16%、めんが約10%、すしが約9%で、平均(約9%)を上回っている。

「以前加入していた」は、サービス業関係ではクリーニングが約24%、理容が約21%となっており、飲食業関係ではめんが約13%となっている。

なお、組合のことを「知っている」、「名前を聞いたことがある」、「以前加入していた」を合わせた“何らかの形で組合を知っている”は、サービス業関係では 理容が約97%、クリーニングが約79%、美容が約70%と高い割合となっており、飲食業関係では めんと日本料理がそれぞれ約63%、すしが約55%などとなっている。 [第31図]

第31図 業種別にみた自分が経営する業種の組合があることについての認知状況



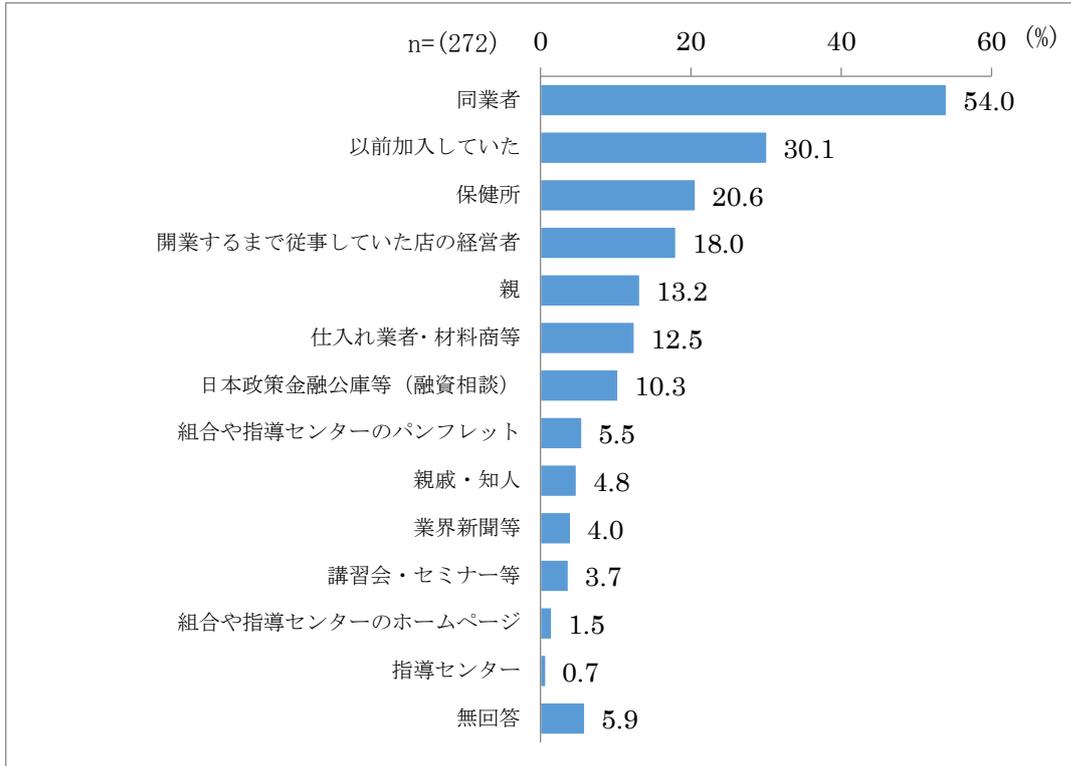
4 組合（生活衛生同業組合）のことを知ったきっかけ（問4） （問3で「知らない」と回答した者以外の者を対象とした設問）

問3（生衛組合の認知状況）で組合を「知っている」、「名前を聞いたことがある」、「以前加入していた」と回答した者の「組合を知ったきっかけ」についてみると、「同業者」が約54%で最も多く、次いで「以前加入していた」約30%、「保健所」約21%、「開業するまで従事していた店の経営者」約18%、「親」約13%、「仕入れ業者・材料商等」約13%となっており、人とのつながりにより組合のことを知る場合が多いことがうかがえる。

一方、「日本政策金融公庫（融資相談）」は、約10%、「組合や指導センターのパンフレット」は約6%、「講演会・セミナー等」は約4%、「組合や指導センターのホームページ」は約2%、「指導センター」は約1%で、組合や指導センターを通じて組合を知る機会の割合は低くなっている。

[第32図]

第32図 組合非加入者の組合があることを知ったきっかけ



【年齢階級別】

年齢階級別にみると、組合を知ったきっかけは、すべての年代で「同業者」、「以前加入していた」が高い割合となっており、年齢階級が高くなるほどその割合も高くなっている。

40歳未満は、他の年齢階級と比べると、「開業するまで従事していた店の経営者」が約25%、「保健所」が約25%、「日本政策金融公庫等」が約19%、「業界新聞等」が約19%、「講習会・セミナー等」が約6%で、他の年齢階級に比べいずれも高い割合となっている。 [第4表]

第4表 年齢階級別にみた組合があることを知ったきっかけ

(%)

	調査数	同業者	日本政策金融公庫等 (融資相談)	親	親戚・知人	仕入れ業者・材料商等	開業するまで従事していた店の経営者	指導センター	保健所	講習会・セミナー等	業界新聞等	組合や指導センターのパンフレット	組合や指導センターのホームページ	以前加入していた	無回答
総数	272	54.0	10.3	13.2	4.8	12.5	18.0	0.7	20.6	3.7	4.0	5.5	1.5	30.1	5.9
40歳未満	16	43.8	18.8	12.5	-	-	25.0	-	25.0	6.3	18.8	-	-	25.0	6.3
40歳～60歳未満	105	50.5	11.4	17.1	7.6	15.2	16.2	1.0	16.2	2.9	2.9	3.8	1.0	21.9	3.8
60歳～70歳未満	80	55.0	8.8	8.8	5.0	7.5	21.3	-	25.0	5.0	2.5	10.0	2.5	33.8	3.8
70歳以上	63	60.3	7.9	14.3	1.6	17.5	15.9	1.6	20.6	3.2	3.2	4.8	1.6	34.9	12.7

【業種別】

業種別でみると、組合を知ったきっかけは、「同業者」及び「以前加入していた」が、各業種で共通して高くなっている。

知ったきっかけ別にみると、「日本政策金融公庫等」は、日本料理の約29%、中華の約23%など飲食業関係で高い割合になっている。

「親」は、理容が約27%、日本料理約18%、めん約12%の順となっている。

「仕入れ業者・材料商等」は、サービス業関係ではホテル・旅館約25%、クリーニング約23%、美容約13%が高く、飲食業関係では、めんが約20%で他に比較して高くなっている。

「開業するまで従事していた店の経営者」は、サービス業関係では理容約31%、美容約23%が高く、飲食業関係では、すし約22%、一般飲食約16%などが高い割合となっている。

「保健所」は、中華約39%、旅館ホテル約33%、一般飲食約32%の割合が高く、飲食業関係での割合が比較的高くなっている。

「講習会・セミナー等」は、社交の約20%が高く、喫茶が約14%、美容が約8%となっている。

「業界新聞等」は、ホテル・旅館約8%、美容約8%、クリーニング約7%、すし約6%となっている。

「組合や指導センターのパフレット」は、サービス業関係ではホテル・旅館が約17%、飲食業関係では、一般飲食が約16%、すしが約12%、日本料理が約12%で、その割合が高くなっている。

【第5表】

第5表 業種別にみた組合非加入者の組合があることを知ったきっかけ

(%)

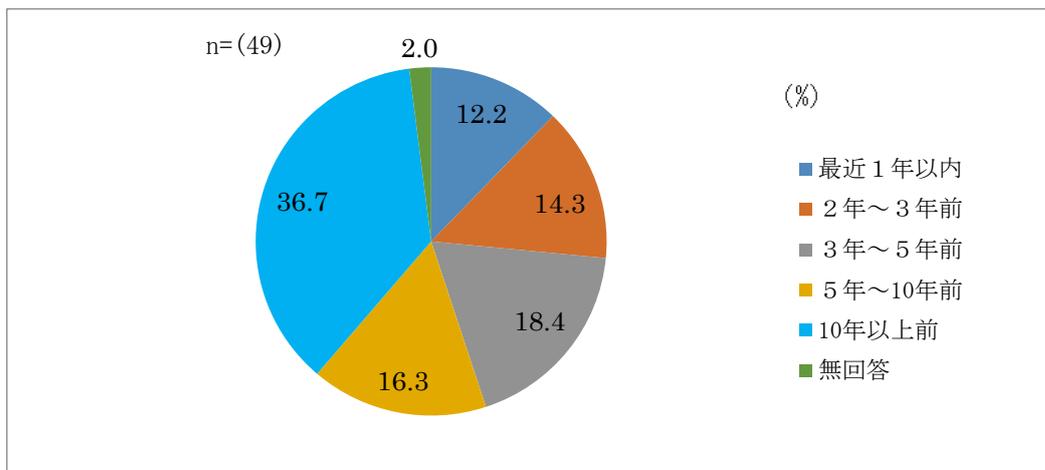
	調査数	同業者	日本政策金融公庫等 (融資相談)	親	親戚・知人	仕入れ業者・材料商等	開業するまで従事していた店の経営者	指導センター	保健所	講習会・セミナー等	業界新聞等	組合や指導センターのパフレット	組合や指導センターのホームページ	以前加入していた	無回答
総数	272	54.0	10.3	13.2	4.8	12.5	18.0	0.7	20.6	3.7	4.0	5.5	1.5	30.1	5.9
理容	82	59.8	6.1	26.8	4.9	12.2	30.5	-	19.5	3.7	3.7	3.7	1.2	37.8	4.9
美容	39	51.3	10.3	5.1	7.7	12.8	23.1	-	12.8	7.7	7.7	2.6	2.6	20.5	5.1
旅館ホテル	12	66.7	-	-	-	25.0	-	8.3	33.3	-	8.3	16.7	-	16.7	-
クリーニング	30	50.0	6.7	10.0	3.3	23.3	10.0	-	6.7	3.3	6.7	3.3	3.3	43.3	13.3
めん	25	52.0	8.0	12.0	4.0	20.0	4.0	-	28.0	-	-	-	4.0	28.0	8.0
すし	18	50.0	16.7	5.6	5.6	5.6	22.2	5.6	27.8	-	5.6	11.1	-	16.7	5.6
中華	13	53.8	23.1	-	-	7.7	7.7	-	38.5	-	-	-	-	46.2	7.7
喫茶	7	14.3	14.3	-	-	-	14.3	-	14.3	14.3	-	-	-	42.9	14.3
一般飲食	19	63.2	10.5	10.5	10.5	5.3	15.8	-	31.6	5.3	-	15.8	-	21.1	-
社交	5	40.0	20.0	-	-	-	-	-	20.0	20.0	-	-	-	20.0	20.0
日本料理	17	52.9	29.4	17.6	5.9	-	11.8	-	17.6	-	-	11.8	-	-	-

5 組合(生活衛生同業組合)を脱退した時期、脱退までの組合加入期間、脱退した理由(問5)
 (問3で組合に「以前加入していた」と答えた者を対象とした設問)
 <※本設問は回答数が少ないことに留意のこと>

(1) 脱退時期

組合非加入者のうち「以前加入していた」と答えた者(問3で約11%)の組合の脱退時期についてみると、「最近1年以内」が約12%、「2～3年前」が約14%、「3～5年前」が約18%で、これらを合計した“5年前まで”は約45%となっている。これに「5～10年前」の約18%を合計した“10年前まで”は約63%となる。また、「10年以上前」の脱退は約37%となっている。 [第33図]

第33図 「以前加入していた」者の組合脱退時期



【年齢階級別】

年齢階級別に組合の脱退時期をみると、「10年以上前」は40～60歳未満で約43%と高いが、60歳以上の年齢階級においても大きな差はない。

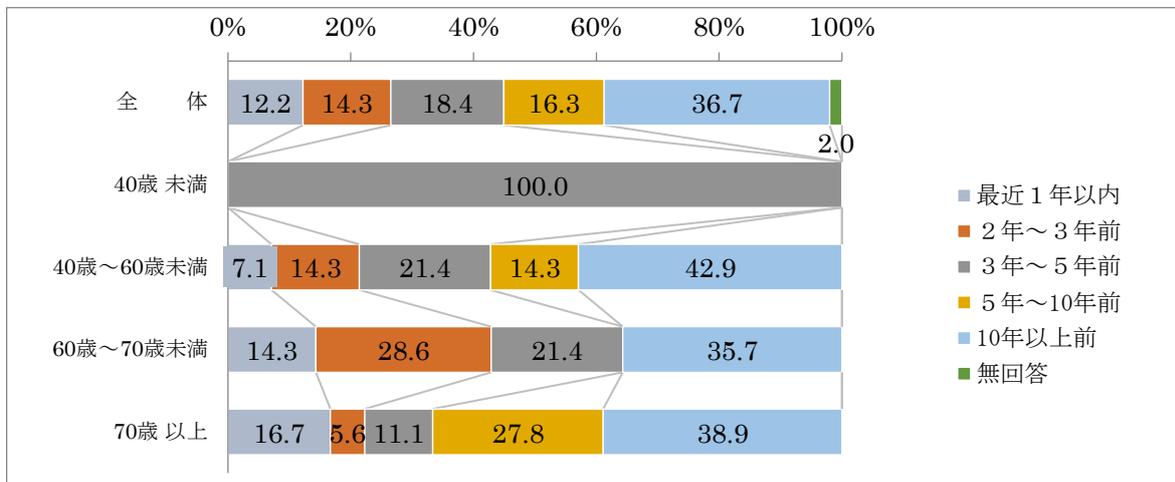
「5年～10年」は、70歳以上の約28%が高い割合となっている。

「最近1年以内」は、70歳以上で約17%と、他の年齢階級より高い割合となっている。

(注：40歳未満は回答が1名のため分析から除外)

[第34図]

第34図 年齢階級別にみた「以前加入していた」者の組合脱退時期

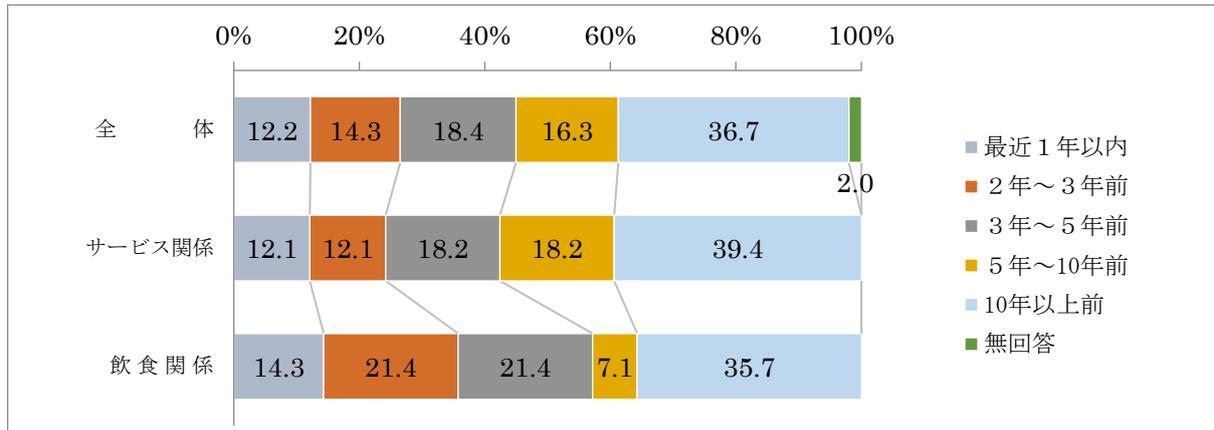


【業種別】

個別業種ごとにみると回答数が少なくなるため、サービス業関係と飲食業関係の2区分で組合を脱退した時期についてみると、サービス業関係では“5年以上前に脱退”した者の割合は約58%となっている。

一方、飲食業関係では“5年前までに脱退”した者の割合が約57%となっている。 [第35図]

第35図 サービス業・飲食業関係別にみた「以前加入していた」者の組合脱退時期



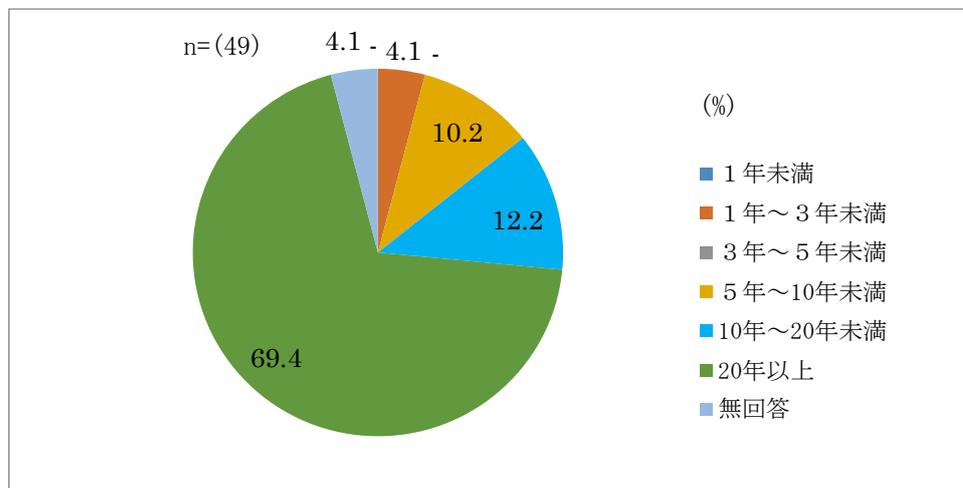
(2) 脱退までの組合加入期間

「以前加入していた」と回答した者(問3で約11%)の脱退までの組合加入期間についてみると、20年以上が約69%であり、10年～20年未満の約12%と合わせた“10年以上”は約82%となっている。

また、「5年～10年未満」の約10%、「1年～3年未満」の約4%を合わせた“10年未満”は約14%となっている。 [第36図]

(注)「1年未満」及び「3年～5年未満」の回答は0である。

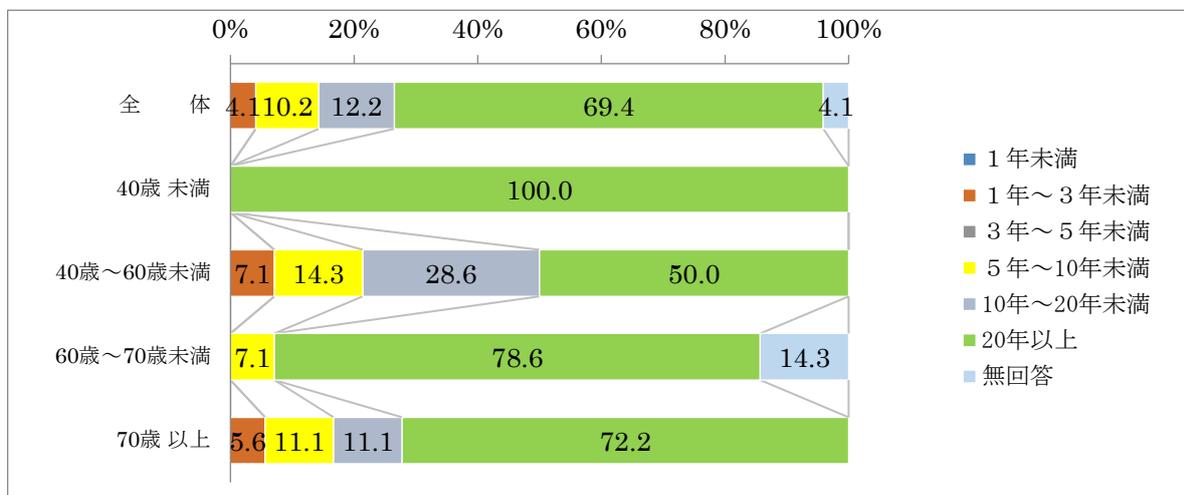
第36図 「以前加入していた」者の脱退までの組合加入期間



【年齢階級別】

脱退までの組合加入期間を年齢階級別にみると、年齢階級が高い者の組合加入期間が長い傾向が見受けられる（注：40歳未満は回答が1名のため分析から除外）。 [第37図]

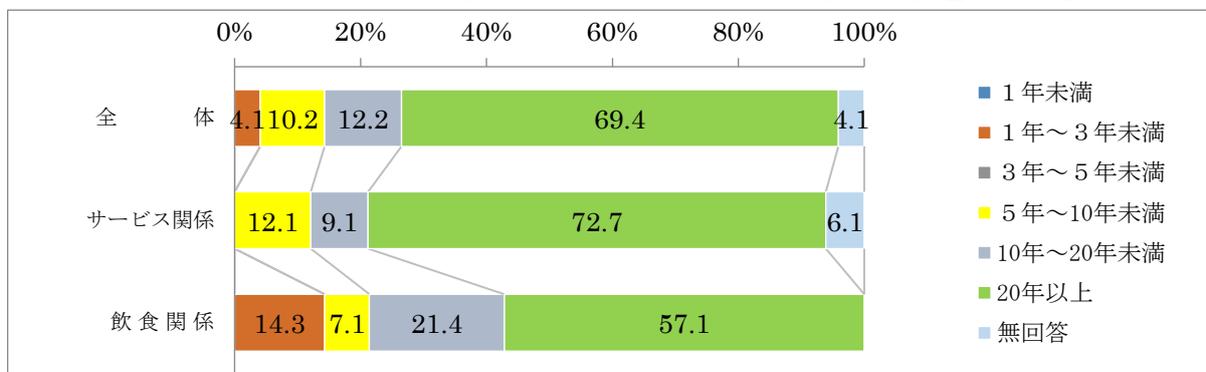
第37図 年齢階級別に見た「以前加入していた」者の脱退までの組合加入期間



【業種別】

脱退までの組合加入期間をサービス業関係と飲食業関係の2区分でみると、飲食業関係に比べサービス業関係において、組合加入期間が10年以上の者の割合が高くなっている。 [第38図]

第38図 サービス業・飲食業関係別に見た「以前加入していた」者の脱退までの組合加入期間

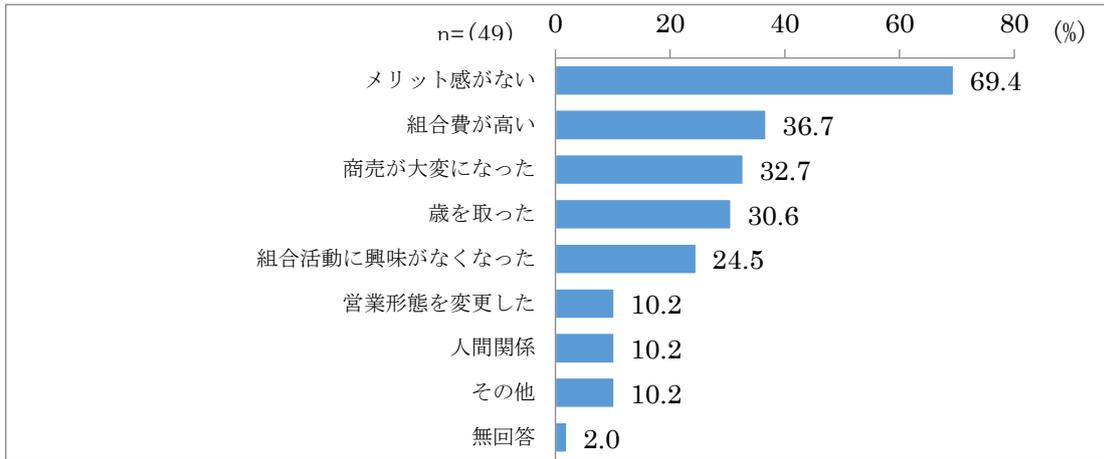


(3) 組合を脱退した理由 <複数回答>

「以前加入していた」と回答した者の組合脱退理由についてみると、「メリット感がない」が約69%で最も割合が高い。次いで「組合費が高い」(約37%)、「商売が大変になった」(約33%)、「歳を取った」(約31%)等の順となっている。

また、「組合活動に興味なくなった」は、約25%となっている。 [第39図]

第39図 「以前加入していた」者の組合脱退理由



【年齢階級別】

組合脱退理由を年齢階級別でみると、「メリット感がない」は、40歳～60歳未満で約93%、60歳～70歳未満で約86%、70歳以上で39%となっている。70歳以上では、「メリット感がない」に代わって、「歳を取った」(約56%)や「商売が大変になった」(約39%)の割合が高くなっている。

「組合費が高い」は、60歳～70歳未満で約57%、40歳～60歳未満で約36%となっている。

「人間関係」は、60歳～70歳未満(約14%)が他の年齢階級と比べ割合が高くなっている。

(注：40歳未満は回答者1名のため分析から除外)

[第6表]

第6表 年齢階級別にみた「以前加入していた」者の組合脱退理由 (%)

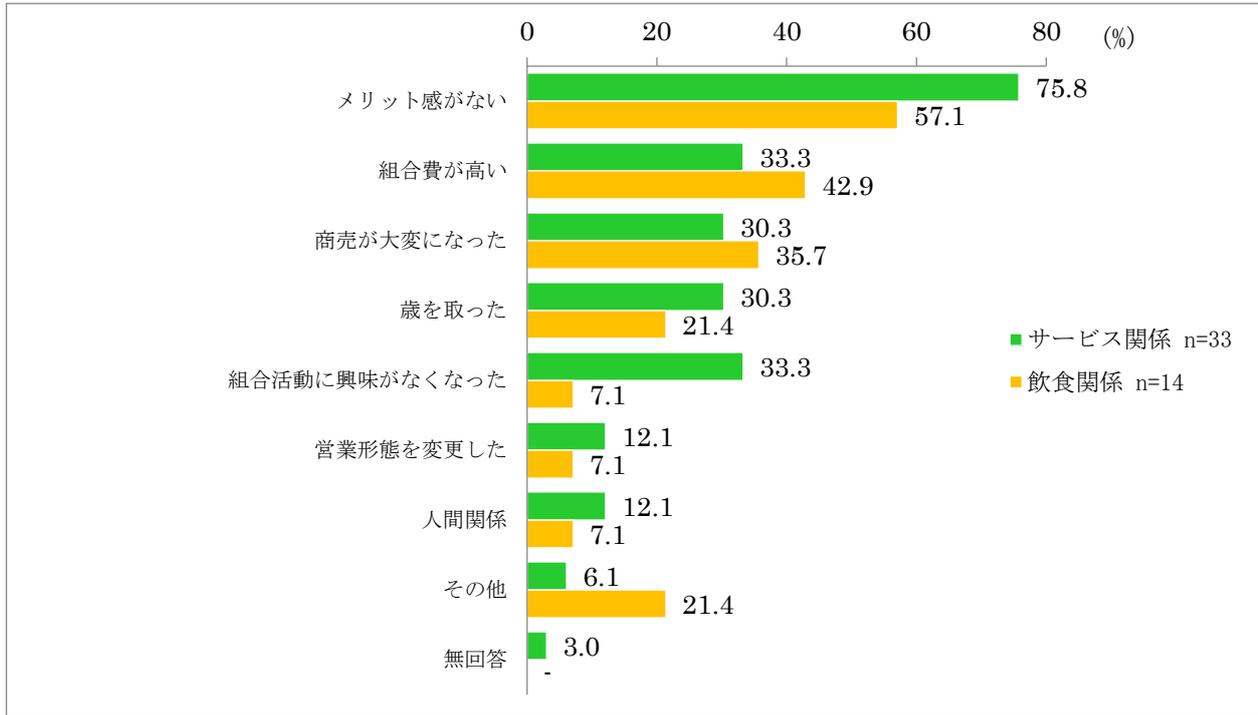
	調査数	メリット感がない	営業形態を変更した	人間関係	組合費が高い	組合活動に興味なくなった	商売が大変になった	歳を取った	その他	無回答
総数	49	69.4	10.2	10.2	36.7	24.5	32.7	30.6	10.2	2.0
40歳未満	1	100.0	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-
40歳～60歳未満	14	92.9	-	7.1	35.7	28.6	28.6	7.1	21.4	-
60歳～70歳未満	14	85.7	-	14.3	57.1	28.6	28.6	14.3	14.3	7.1
70歳以上	18	38.9	22.2	5.6	22.2	22.2	38.9	55.6	-	-

【業種別】

組合脱退理由をサービス業関係と飲食業関係の2区分でみると、サービス業関係では、「メリット感がない」(約76%)、「組合活動に興味なくなった」(約33%)が、「歳を取った」(約30%)、「営業形態を変更した」(約12%)、「人間関係」(約12%)が、飲食業関係と比べその割合が高くなっている。

一方、飲食業関係では、「組合費が高い」(約43%)、「商売が大変になった」(約36%)がサービス業関係と比べその割合が高くなっている。 [第40図]

第40図 サービス業・飲食業関係別にみた「以前加入していた」者の組合脱退理由

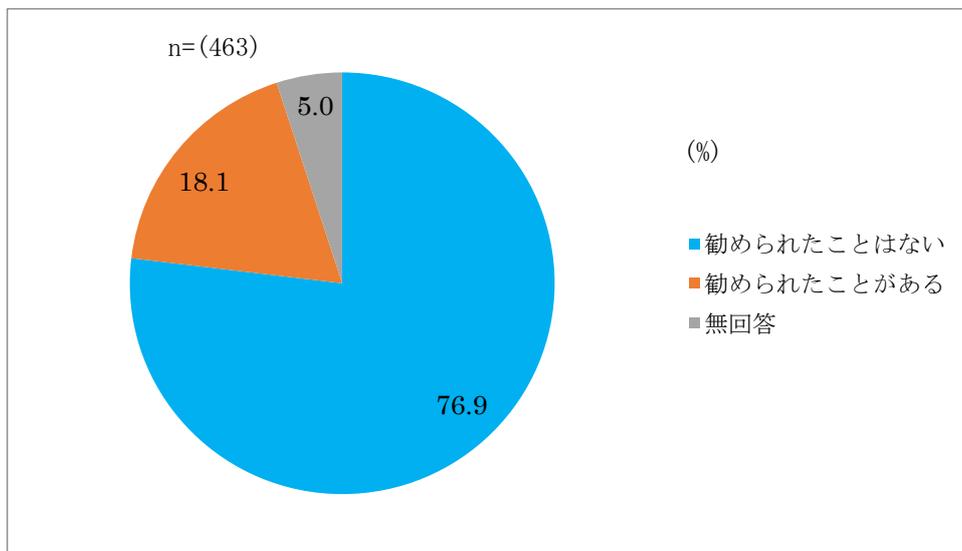


6 組合（生活衛生同業組合）への加入を勧められた経験（問6）

(1) 組合への加入を勧められた経験の有無

組合非加入者の生衛組合への加入を勧められた経験についてみると、「勧められたことはない」が約77%で、「勧められたことがある」は約18%となっている。 [第41図]

第41図 組合への加入を勧められた経験の有無



【年齢階級別】

組合への加入を勧められた経験を年齢階級別にみると、「勧められたことがある」は、年齢層が高くなるほど割合も高くなり、40歳未満では約11%、40歳～60歳未満で約17%、60歳～70歳未満で約19%、70歳以上で約23%となっている。

一方、「勧められたことがない」は、40歳～60歳未満が約81%で最も割合が高いが、最も低い70歳以上でも約71%となっている。 [第42図]

第42図 年齢階級別にみた組合への加入を勧められた経験の有無



【業種別】

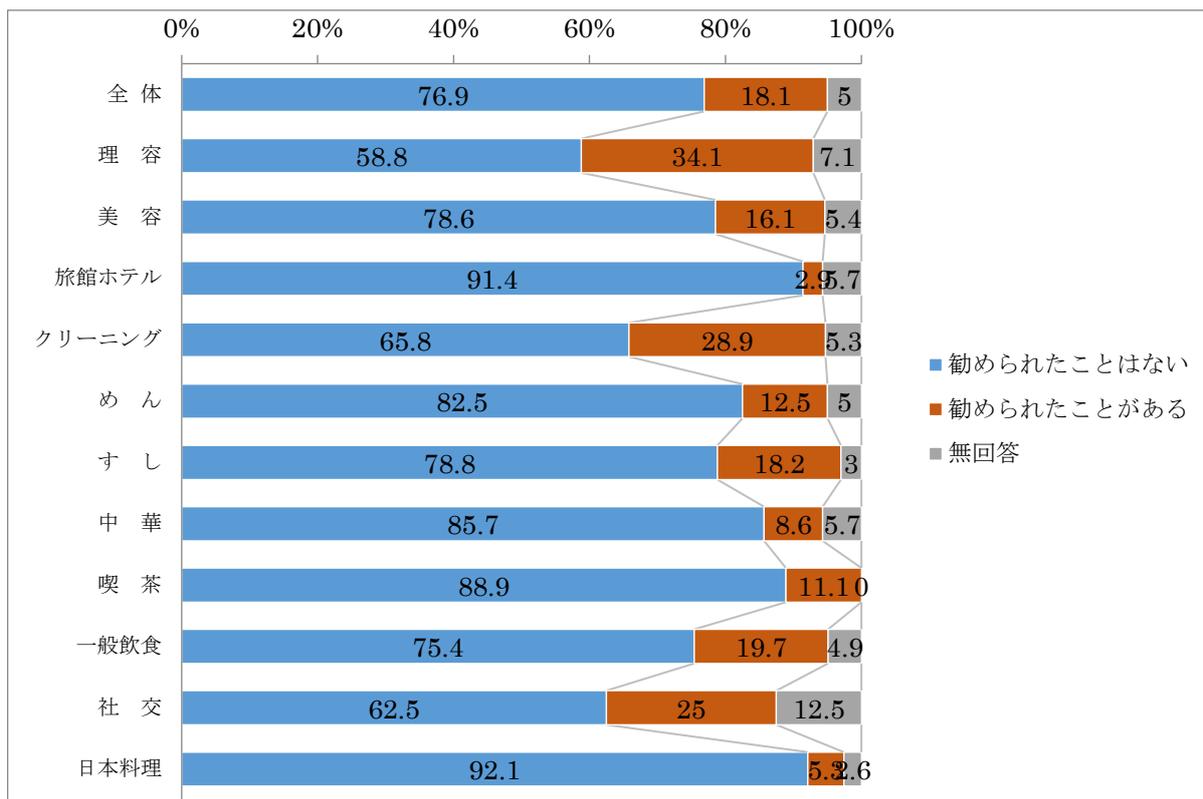
業種別でみると、組合への加入を勧められた経験は、業種によるバラツキが大きくなっている。

「勧められたことがある」は、サービス業関係では、理容が約34%、クリーニングが約29%、美容が約16%となっているが、ホテル・旅館は約3%に過ぎない。

飲食業関係では、社交が約25%、一般飲食が約20%、すしが18%などとなっているが、日本料理が約5%、中華が約9%と、勧められたが10%に満たない業種もある。

一方、「勧められたことがない」は、日本料理が約92%、ホテル・旅館が約91%、喫茶が約89%で、他の業種に比べその割合が高くなっている。 [第43図]

第43図 業種別にみた組合への加入を勧められた経験の有無



(2) 組合への加入を勧められた相手 (1)で「勧められたことがある」と答えた者を対象とした設問

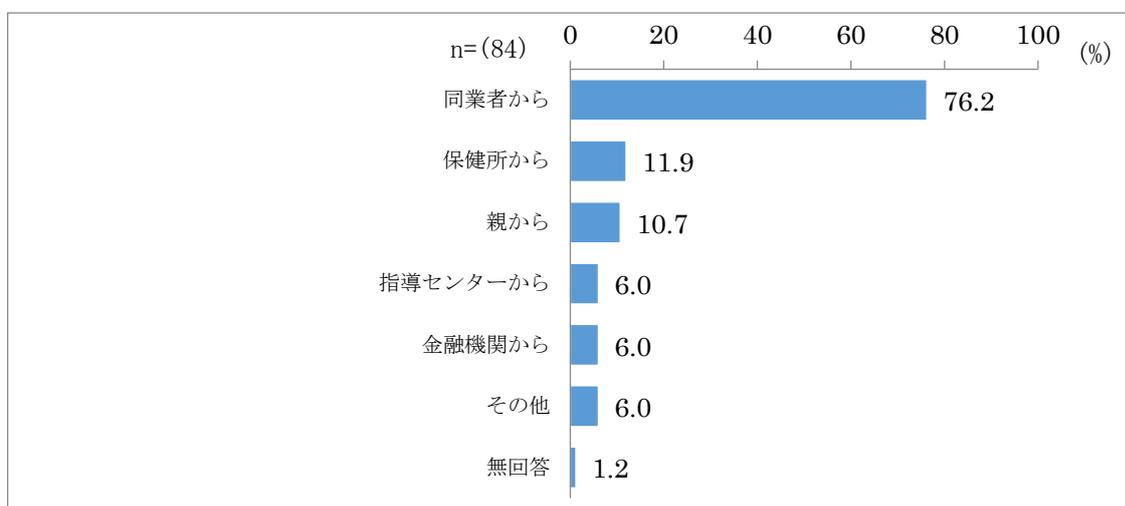
<※本設問は回答数が少ないことに留意のこと>

前問の組合への加入を「勧められたことがある」者(約18%)について、加入を勧められた相手を見ると、「同業者から」が約76%で最も割合が高い。次いで「保健所から」(約12%)、「親から」(約11%)などになっている。

一方、「指導センターから」及び「金融機関から」は、それぞれ約6%と低い割合となっている。

[第44図]

第44図 組合への加入を勧められた相手



【年齢階級別】

年齢階級別にみると、組合への加入を勧められた相手は、各年齢階級で「同業者から」が最も高い割合となっている。〔第7表〕

(注：40歳未満の「同業者から」、「親から」及び「金融機関から」はそれぞれ約40%になっているが、回答数が少ないため参考に留める。)

第7表 年齢階級別にみた組合への加入を勧められた相手 (%)

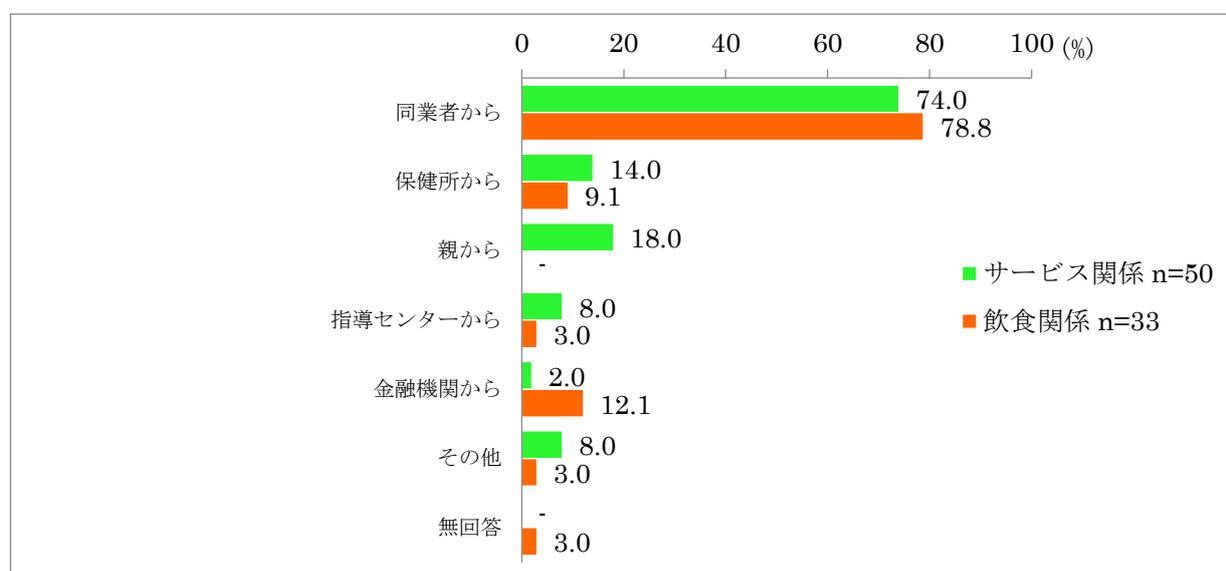
	調査数	同業者から	親から	指導センターから	金融機関から	保健所から	その他	無回答
総数	84	76.2	10.7	6.0	6.0	11.9	6.0	1.2
40歳未満	5	40.0	40.0	-	40.0	-	-	-
40歳～60歳未満	31	77.4	9.7	6.5	3.2	16.1	9.7	-
60歳～70歳未満	26	80.8	11.5	3.8	3.8	7.7	-	3.8
70歳以上	19	78.9	5.3	10.5	5.3	15.8	5.3	-

【業種別】

組合への加入を勧められた相手をサービス業関係と飲食業関係の2区分で見ると、サービス業関係、飲食業関係ともに「同業者から」が最も高い割合となっている。

他の項目について両者を比較すると、サービス業関係では「親から」と「指導センターから」が飲食業関係に比べ高い割合となっており、飲食業関係では「金融機関から」がサービス業関係より高い割合となっている。〔第45図〕

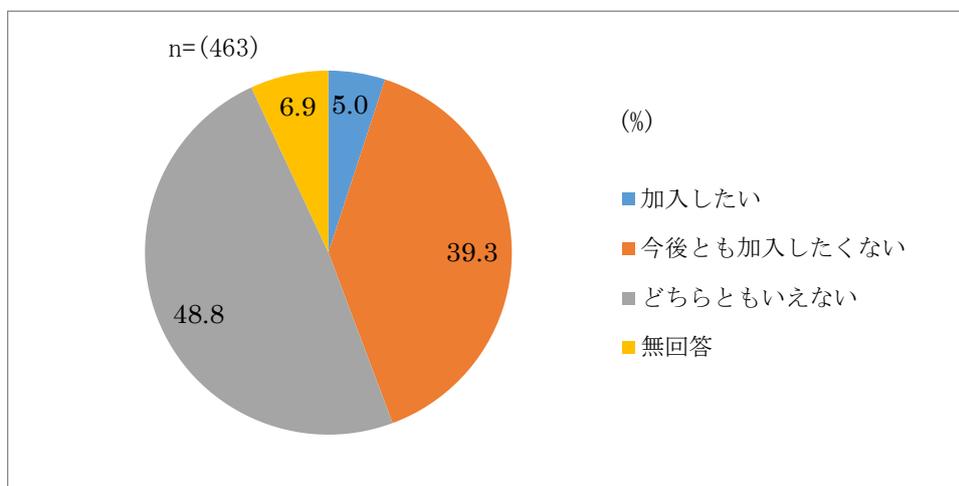
第45図 業種別にみた組合への加入を勧められた相手



7 組合（生活衛生同業組合）への加入意向（問7）

組合非加入者の生衛組合加入意向についてみると、「加入したい」は約5%であるが、「今後とも加入したくない」は約39%、「どちらともいえない」は約49%となっている。 [第46図]

第46図 組合への加入意向

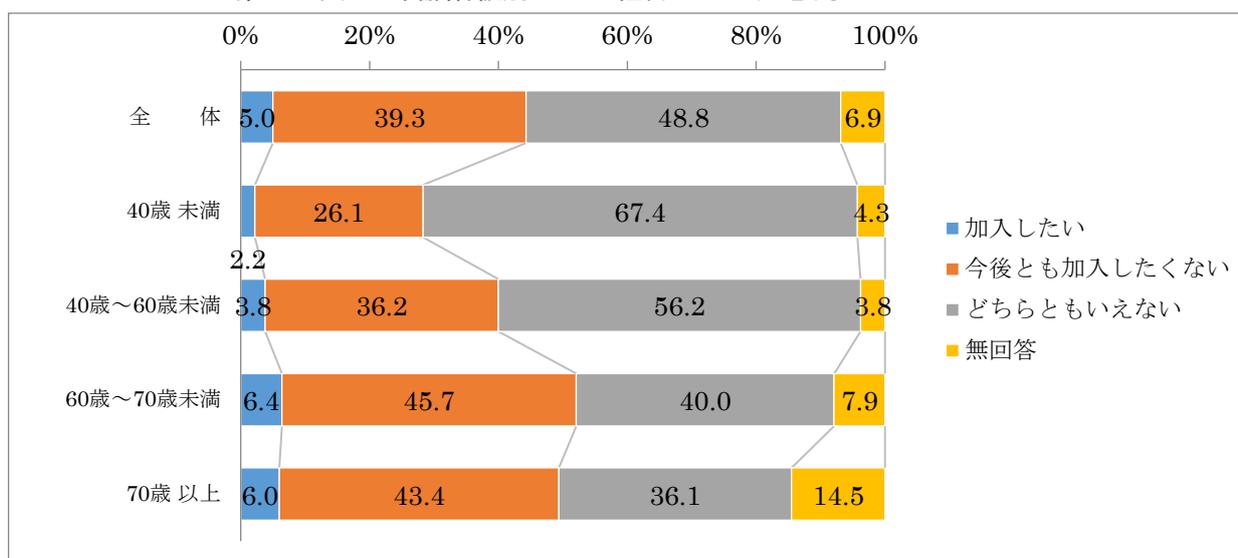


【年齢階級別】

組合加入意向を年齢階級別にみると、60歳～70歳未満及び70歳以上の年齢階級で「加入したい」はそれぞれ約6%となっており、60歳未満の年齢層と比べるとその割合がやや高いが、一方で「今後とも加入したくない」は、それぞれ約46%、約43%となっており、いずれも60歳未満と比べ高い割合となっている。

また、40歳未満及び40歳～60歳未満の年齢階級では、「今後とも加入したくない」がそれぞれ約26%、約36%であるのに対し、「どちらともいえない」はそれぞれ約67%、約56%とその割合が高くなっている。 [第47図]

第47図 年齢階級別にみた組合への加入意向



【業種別】

組合加入意向を業種別にみると、「加入したい」は、理容が約 15%、すし約 15%、中華約 6%で他の業種に比べると高い割合となっている。

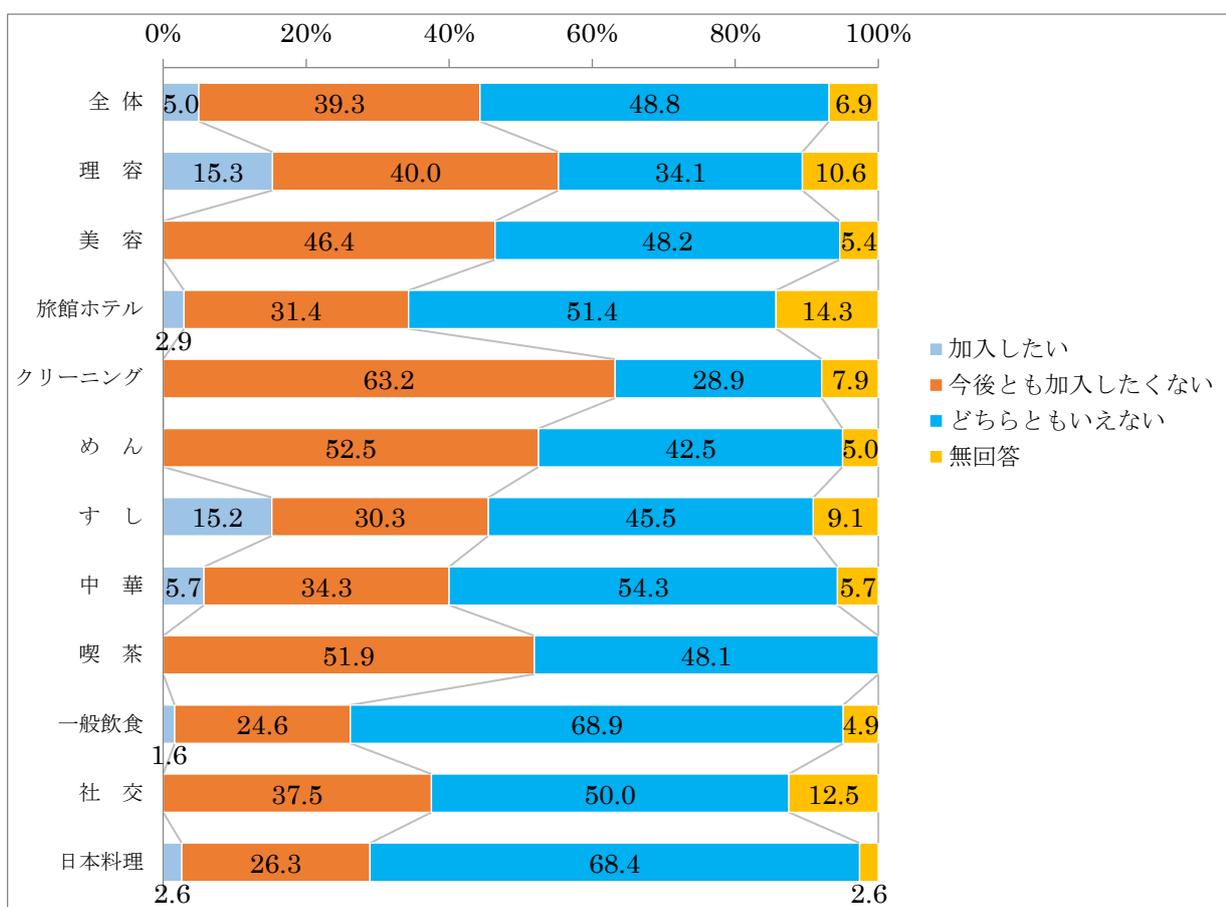
一方、「今後とも加入したくない」は、クリーニング約 63%が最も高く、次いでめん約 53%、喫茶約 52%、美容約 46%が高い割合となっている。

なお、「今後とも加入したくない」の割合が低いのは、一般飲食の約 25%、日本料理の約 26%、すしの約 30%、ホテル・旅館の約 31%などとなっている。

また、「どちらともいえない」は、クリーニング（約 29%）及び理容（約 33%）を除き、いずれも概ね 40%以上となっており、一般飲食は約 69%、日本料理が約 68%でその割合が高くなっている。

[第 48 図]

第 48 図 業種別にみた組合への加入意向



8 組合（生活衛生同業組合）に加入していない理由（問 8）

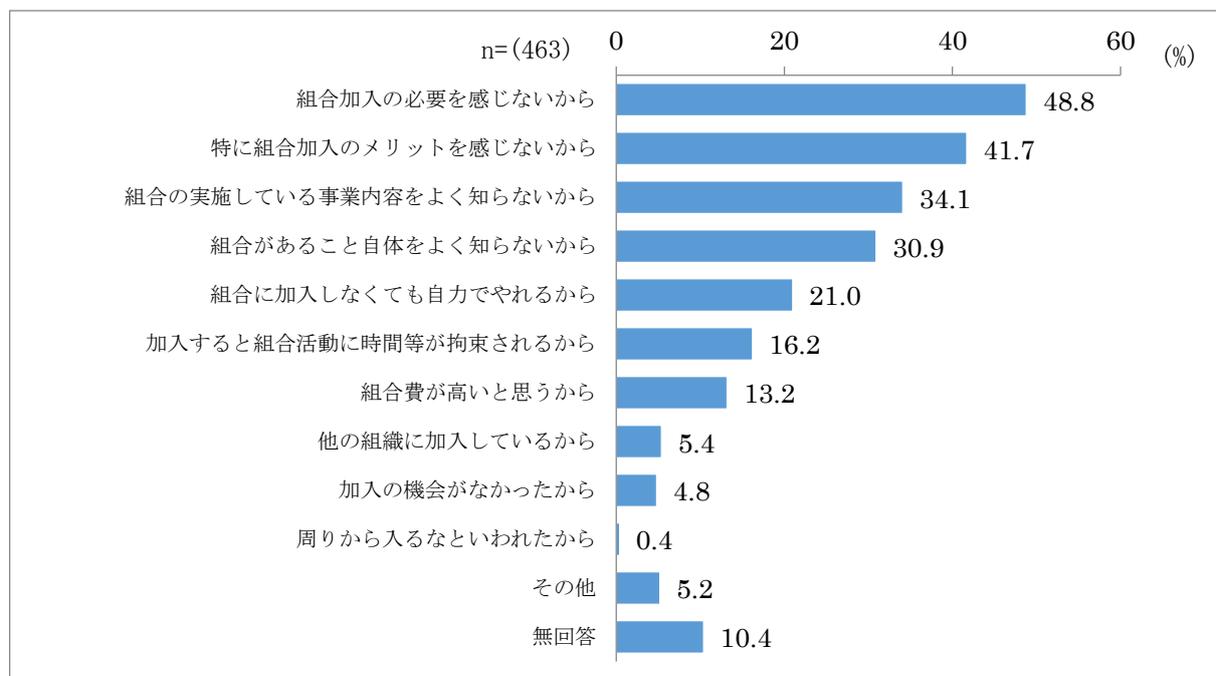
組合に加入していない理由についてみると、「組合加入の必要を感じないから」（約 49%）、「特に組合加入のメリットを感じないから」（約 42%）が第 1 位、第 2 位となっており、「組合に加入しなくても自力でやれるから」（約 21%）と合わせて、“組合に加入する必要がない”とする考えの者の割合が高くなっている。

また、「組合の実施している事業内容をよく知らないから」が約 34%、「組合があること自体をよく知らないから」が約 31%となっており、“組合をよく知らないので加入する判断ができない(情報不足)”とする理由も 30%台で高い割合となっている。

「加入すると組合活動に時間等が拘束されるから」が約16%、「組合費が高いと思うから」が約13%で、組合加入による制約・コストに関する理由は10%台となっている。また、「他の組織に加入しているから」及び「加入の機会がなかったから」は、それぞれ約5%であった。

なお、少数ではあるが、その他の回答(自由記入)で「店数減少で組合が成り立たなくなった」との記載があり、業種や地域によっては、組合活動が困難な状況がうかがわれる。 [第49図]

第49図 組合に加入していない理由



【年齢階級別】

年齢階級別にみると、40歳未満では、他の年齢階級と比べ「組合の実施している事業内容をよく知らないから」(約50%)、「組合があること自体をよく知らないから」(約50%)とする情報不足に関する割合が高く、組合に加入する必要がないとする「組合加入の必要性を感じないから」(約49%)、「特に組合加入のメリットを感じないから」(約28%)を上回っている。

一方、40歳以上の各年齢階級では、組合に加入する必要がないとする「組合加入の必要を感じないから」(47~49%)、「特に組合加入のメリットを感じないから」(41~46%)の割合が高くなっている。

また、組合のことをよく知らないとする「組合の実施している事業内容をよく知らないから」(16~43%)、「組合があること自体をよく知らないから」(13~36%)は、年齢階級が高くなるほどその割合が低くなっている。

「組合に加入しなくても自力でやれるから」は、年齢階級が高くなるほどその割合も高くなり、40歳未満の約9%に対し、70歳以上では約31%となっている。

「加入すると組合活動に時間等が拘束されるから」は、40歳~60歳未満が約20%で、他の年齢階級と比べ高くなっている。

「組合費が高いと思うから」は、40歳未満及び70歳以上で、それぞれ約15%となっている。

[第8表]

第8表 年齢階級別にみた組合に加入していない理由

(%)

	調査数	組合があること自体をよく知らないから	組合の実施している事業内容をよく知らないから	組合加入の必要を感じないから	特に組合加入のメリットを感じないから	他の組織に加入しているから	加入すると組合活動に時間等が拘束されるから	組合に加入しなくても自力でやれるから	組合費が高いと思うから	加入の機会がなかったから	周りから入るなといわれたから	その他	無回答
総数	463	30.9	34.1	48.8	41.7	5.4	16.2	21.0	13.2	4.8	0.4	5.2	10.4
40歳未満	46	50.0	50.0	47.8	28.3	4.3	15.2	8.7	15.2	-	-	4.3	6.5
40歳～60歳未満	185	36.2	43.2	49.2	45.9	4.9	20.0	18.4	11.9	7.0	0.5	4.3	6.5
60歳～70歳未満	140	28.6	28.6	49.3	40.7	5.0	15.7	23.6	11.4	4.3	0.7	5.7	13.6
70歳以上	83	13.3	15.7	47.0	43.4	8.4	9.6	31.3	14.5	3.6	-	6.0	16.9

【業種別】

組合への加入していない理由を業種別にみると、「組合加入の必要を感じないから」は、美容（約77%）、クリーニング（約68%）、めん（約63%）で割合が高くなっており、「特に組合加入のメリットを感じないから」は、クリーニング（約63%）、美容（約71%）、理容（約53%）で高い割合となっている。

また、「組合があること自体をよく知らないから」は、ホテル・旅館（約54%）が最も高く、日本料理（約53%）、喫茶（約52%）、中華（約51%）で50%を超えている。「組合の実施している事業内容をよく知らないから」も、ホテル・旅館（約57%）、日本料理（約50%）、中華（約49%）、一般飲食（約46%）で高い割合となっている。

なお、理容、クリーニングでは、「組合があること自体をよく知らないから」は、それぞれ約1%、約18%となっており、「組合の実施している事業内容をよく知らないから」も、それぞれ約8%、約16%と低く、これら業種では組合認知度がそれなりに高いことをうかがわせる。

さらに、「組合に加入しなくても自力でやれるから」は、美容（約27%）、クリーニング（約26%）、理容（約26%）などサービス業関係でその割合が高くなっているが、飲食業関係では社交の約38%が最も高くなっている。

「加入すると組合活動に時間等が拘束されるから」は、美容（約30%）、めん（約30%）が他の業種と比べ高くなっている。

「組合費が高いと思うから」は、めん（約25%）、喫茶（約19%）、クリーニング（約18%）、理容（約18%）が他の業種と比べ高くなっている。

「他の組織に加入しているから」は、日本料理（約13%）、クリーニング（約10%）が他の業種と比べ高くなっている。 [第9表]

（注：社交は回答数が少ないことに注意を要する）

第9表 業種別にみた組合に加入していない理由

(%)

	調査数	よく知らないから	組合があること自体をよく知らないから	組合の実施している事業内容をよく知らないから	組合加入の必要を感じないから	特に組合加入のメリットを感じないから	他の組織に加入しているから	加入すると組合活動に時間等が拘束されるから	組合に加入しなくても自力でやれるから	組合費が高いと思うから	加入の機会がなかったから	周りから入るなといわれたから	その他	無回答
総数	463	30.9	34.1	48.8	41.7	5.4	16.2	21.0	13.2	4.8	0.4	5.2	10.4	
理容	85	1.2	8.2	41.2	52.9	4.7	9.4	25.9	17.6	2.4	1.2	11.8	27.1	
美容	56	19.6	33.9	76.8	60.7	1.8	30.4	26.8	8.9	-	1.8	1.8	3.6	
旅館ホテル	35	54.3	57.1	42.9	17.1	2.9	8.6	20.0	-	8.6	-	8.6	14.3	
クリーニング	38	18.4	15.8	68.4	63.2	10.5	10.5	26.3	18.4	5.3	-	2.6	5.3	
めん	40	32.5	35.0	62.5	37.5	2.5	30.0	15.0	25.0	-	-	5.0	-	
すし	33	30.3	39.4	36.4	33.3	9.1	12.1	21.2	9.1	6.1	-	6.1	15.2	
中華	35	51.4	48.6	34.3	34.3	2.9	14.3	20.0	8.6	8.6	-	8.6	8.6	
喫茶	27	51.9	37.0	51.9	40.7	-	11.1	18.5	18.5	11.1	-	-	-	
一般飲食	61	44.3	45.9	39.3	32.8	6.6	13.1	13.1	13.1	6.6	-	1.6	6.6	
社交	8	12.5	37.5	25.0	25.0	-	37.5	37.5	12.5	-	-	12.5	12.5	
日本料理	38	52.6	50.0	34.2	31.6	13.2	15.8	18.4	5.3	7.9	-	-	7.9	

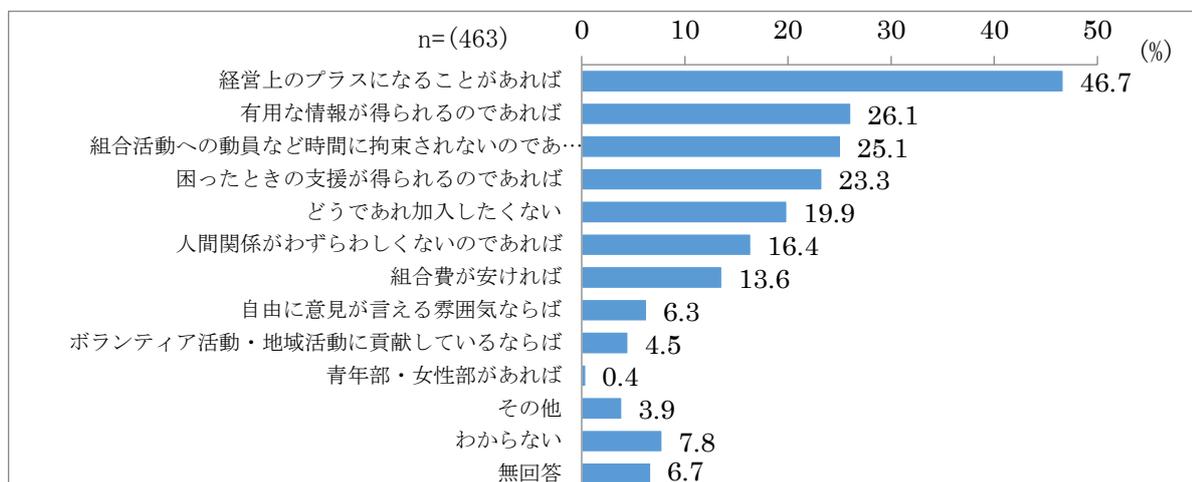
9 組合（生活衛生同業組合）に加入してもよいと思う条件（問9）

組合に加入してもよいと思う条件についてみると、「経営上のプラスになることがあれば」（約47%）が最も高く、次いで「有用な情報が得られるのであれば」（約26%）となっている。

一方、組合活動等に対する負担面の事項である「組合活動への動員など時間に拘束されないのであれば」は約25%、「人間関係がわずらわしくないのであれば」は約16%、「組合費が安ければ」は約14%となっている。

なお、「どうであれ加入したくない」の割合は、約20%となっている。 [第50図]

第50図 組合に加入してもよいと考える条件



【年齢階級別】

組合加入の条件を年齢階級別にみると、どの年齢階級も「経営上プラスになることがあれば」が最も高くなっており、年齢階級が低くなるほどその割合が高く、40歳未満では約57%となっている。

「有用な情報が得られるのであれば」は、40歳未満の約30%が最も高く、「困ったときの支援が得られるのであれば」は、40歳～60歳未満の約26%、60歳～70歳未満の約24%が他の年齢階級と比べ高い割合となっている。

「組合活動への動員など時間に拘束されないのであれば」、「組合費が安ければ」といった組合活動に要する時間や金銭面の負担を理由とするものは、年齢階級が低いほどその割合が高くなっている。

また、組合の組織・運営面を理由とする「人間関係がわずらわしくないのであれば」は60歳～70歳未満で、「自由に意見が言える雰囲気ならば」は70歳以上で高くなっている。

なお、「どうであれ加入したくない」は、60歳～70歳未満の約28%が他の年齢階級と比べて最も高く、40歳未満の約13%が最も低くなっている。 [第10表]

第10表 年齢階級別にみた組合に加入してもよいと考える条件

(%)

	調査数	どうであれ加入したくない	経営上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	組合活動への動員など時間に拘束されないのであれば	困ったときの支援が得られるのであれば	自由に意見が言える雰囲気ならば	組合費が安ければ	ボランティア活動・地域活動に貢献しているならば	青年部・女性部があれば	人間関係がわずらわしくないのであれば	その他	わからない	無回答
総数	463	19.9	46.7	26.1	25.1	23.3	6.3	13.6	4.5	0.4	16.4	3.9	7.8	6.7
40歳未満	46	13.0	56.5	30.4	28.3	19.6	2.2	23.9	-	2.2	13.0	-	13.0	2.2
40歳～60歳未満	185	15.7	52.4	28.6	28.1	25.9	4.9	15.1	5.4	0.5	16.2	2.7	9.2	5.9
60歳～70歳未満	140	27.9	38.6	24.3	26.4	24.3	7.9	8.6	5.0	-	19.3	4.3	5.7	6.4
70歳以上	83	19.3	41.0	20.5	15.7	16.9	8.4	9.6	4.8	-	13.3	8.4	6.0	12.0

【業種別】

組合加入の条件を業種別にみると、すべての業種で「経営上プラスになることがあれば」が最も高い割合となっている。

「自由に意見が言える雰囲気ならば」、「人間関係がわずらわしくないのであれば」といった組合の組織・運営面を理由とする割合は、理容、美容、すし、社交で高くなっている。

また、「組合活動への動員など時間に拘束されないのであれば」は、めんが約33%、美容が約32%、日本料理が約31%となっているが、どの業種でも比較的割合が高くなっている。

さらに、「組合費が安ければ」は、理容が約20%、一般飲食も約20%、クリーニングが約16%で、比較的割合が高くなっている。

なお、「どうであれ加入したくない」は、喫茶が約30%、クリーニングが約26%となっており、20%前後の業種が多くなっている中、すしは9%で特にその割合が低くなっている。 [第11表]

(注：社交は回答数が少ないことに注意を要する)

第 11 表 業種別にみた組合に加入してもよいと考える条件

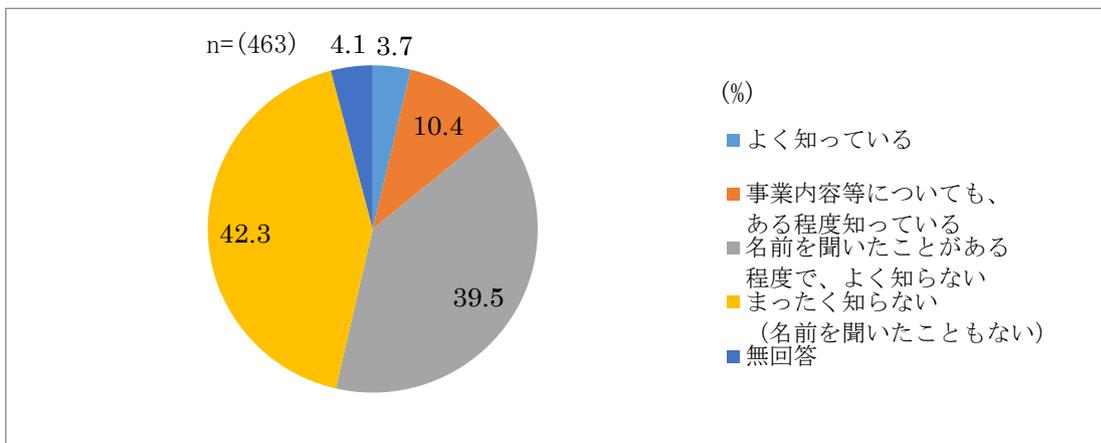
(%)

	調査数	く ど う で あ れ 加 入 し た か ら な い	経 営 上 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 へ の 動 員 な ど の 時 間 に 拘 束 さ れ な い の で あ れ ば	困 ら れ る の で あ れ ば	自 由 に 意 見 が 言 え る 雰 囲 気 な ら ば	組 合 費 が 安 け れ ば	地 域 活 動 に 貢 献 し て い る の で あ れ ば	ボ ラ ン テ ィ ア 活 動 ・ ア ク ティ ビ ティ ー 活 動 ・ 地 域 活 動 に 貢 献 し て い る の で あ れ ば	青 年 部 ・ 女 性 部 が あ れ ば	人 間 関 係 が わ ず ら わ し く な い の で あ れ ば	そ の 他	わ か ら な い	無 回 答
総 数	463	19.9	46.7	26.1	25.1	23.3	6.3	13.6	4.5	0.4	16.4	3.9	7.8	6.7	
理 容	85	16.5	37.6	25.9	20.0	30.6	14.1	20.0	1.2	-	20.0	8.2	4.7	11.8	
美 容	56	21.4	48.2	32.1	32.1	16.1	8.9	10.7	10.7	1.8	23.2	1.8	1.8	5.4	
旅館ホテル	35	20.0	51.4	28.6	20.0	14.3	5.7	2.9	2.9	-	2.9	5.7	14.3	5.7	
クリーニング	38	26.3	47.4	31.6	10.5	21.1	7.9	15.8	5.3	-	13.2	5.3	5.3	5.3	
め ん	40	22.5	37.5	17.5	32.5	25.0	5.0	12.5	-	2.5	17.5	2.5	10.0	5.0	
す し	33	9.1	51.5	27.3	30.3	36.4	-	15.2	9.1	-	24.2	3.0	9.1	6.1	
中 華	35	22.9	45.7	17.1	28.6	22.9	-	8.6	-	-	8.6	-	17.1	5.7	
喫 茶	27	29.6	40.7	22.2	22.2	14.8	-	7.4	7.4	-	14.8	-	7.4	7.4	
一般飲食	61	18.0	59.0	27.9	27.9	14.8	4.9	19.7	4.9	-	16.4	-	6.6	6.6	
社 交	8	25.0	25.0	-	12.5	-	12.5	12.5	12.5	-	25.0	25.0	25.0	-	
日本料理	38	18.4	52.6	31.6	31.6	42.1	2.6	5.3	5.3	-	13.2	5.3	5.3	5.3	

10 都道府県生活衛生営業指導センターの認知状況（問10）

組合非加入者が都道府県生活衛生営業指導センターを「よく知っている」と回答した割合は約4%で、「事業内容等についても、ある程度知っている」の約10%を合わせた“知っている”は約14%となっている。一方、「まったく知らない」が約42%、「名前を聞いたことがある程度で、よく知らない」が約40%で、指導センターについて認知していない者が8割以上となっている。【第51図】

第 51 図 都道府県生活衛生営業指導センターについての認知度



【年齢階級別】

「よく知っている」と「事業内容等についても、ある程度知っている」を合わせた“知っている”を年齢階級別にみる、70歳以上が約30%であるのに対し、年齢階級が低くなるほどその割合（認知度）

が低下し、40歳未満では約2%、40歳～60歳未満は約9%となっている。

一方、「まったく知らない」と「名前を聞いたことがある程度で、よく知らない」を合わせた“知らない”は、40歳未満では約96%、40歳～60歳未満では約87%となっている。 [第52図]

第52図 年齢階級別にみた都道府県生活衛生営業指導センターについての認知度



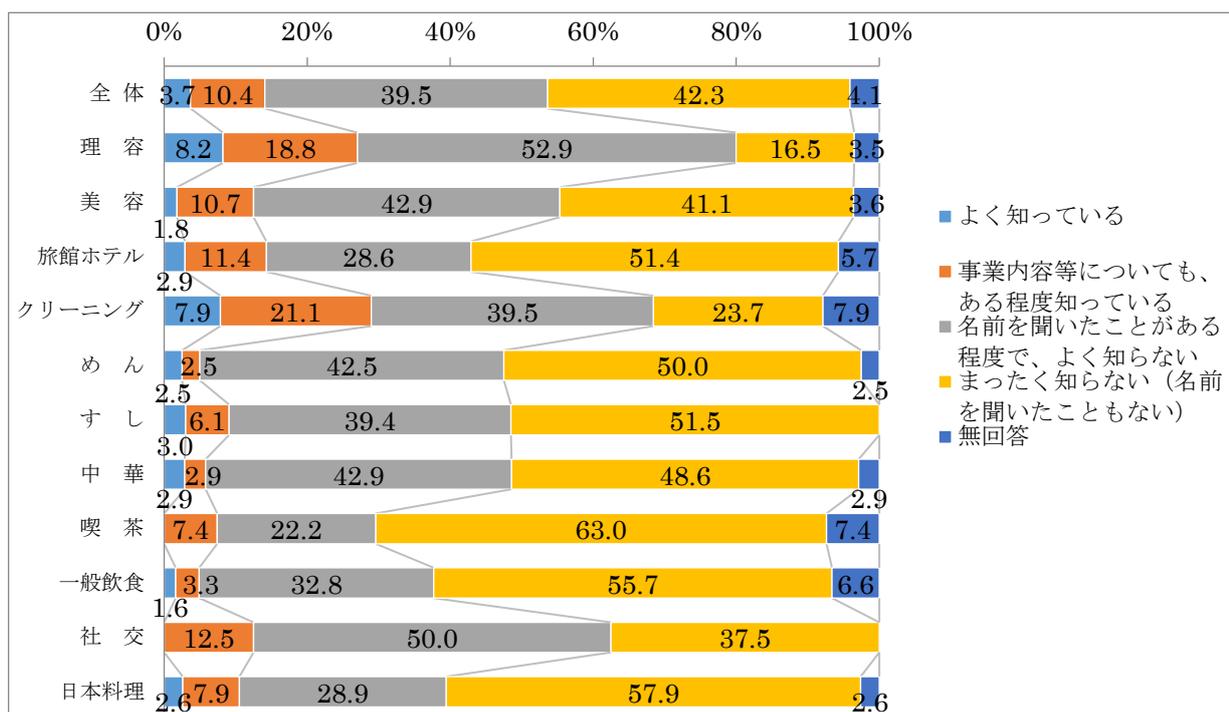
【業種別】

業種別の認知状況についてみると、サービス業関係で認知度（「よく知っている」と「事業内容等についても、ある程度知っている」とを合わせた“知っている”）が高く、クリーニングが約29%、理容が約27%、ホテル・旅館が約14%、美容が約13%などとなっている。また、飲食業関係では、社交が約13%、日本料理が約11%、すしが約9%と認知度が比較的高くなっている。

一方、「まったく知らない」は、飲食業関係でその割合が高く、喫茶は約63%、日本料理は約58%、一般飲食では約56%となっており、サービス業関係では、ホテル・旅館の約51%が高くなっている。

[第53図]

第53図 業種別にみた都道府県生活衛生営業指導センターについての認知度



1.1 都道府県生活衛生営業指導センターの実施事業等の利用・参加経験（問11）

（問10で指導センターを「よく知っている」「ある程度知っている」と回答した者に対する設問）

＜※本設問は回答数が少ないことに留意のこと＞

組合非加入者で都道府県生活衛生営業指導センターの事業内容を“知っている”（前問で約14%）と回答した者について、それらの者のセンター事業の利用・参加経験をみると、最もその割合が高いのは「研修会・講習会」で約49%となっている。次いで「大会・展示会など」が約23%で、指導センターが実施する行事への参加が上位を占めている。

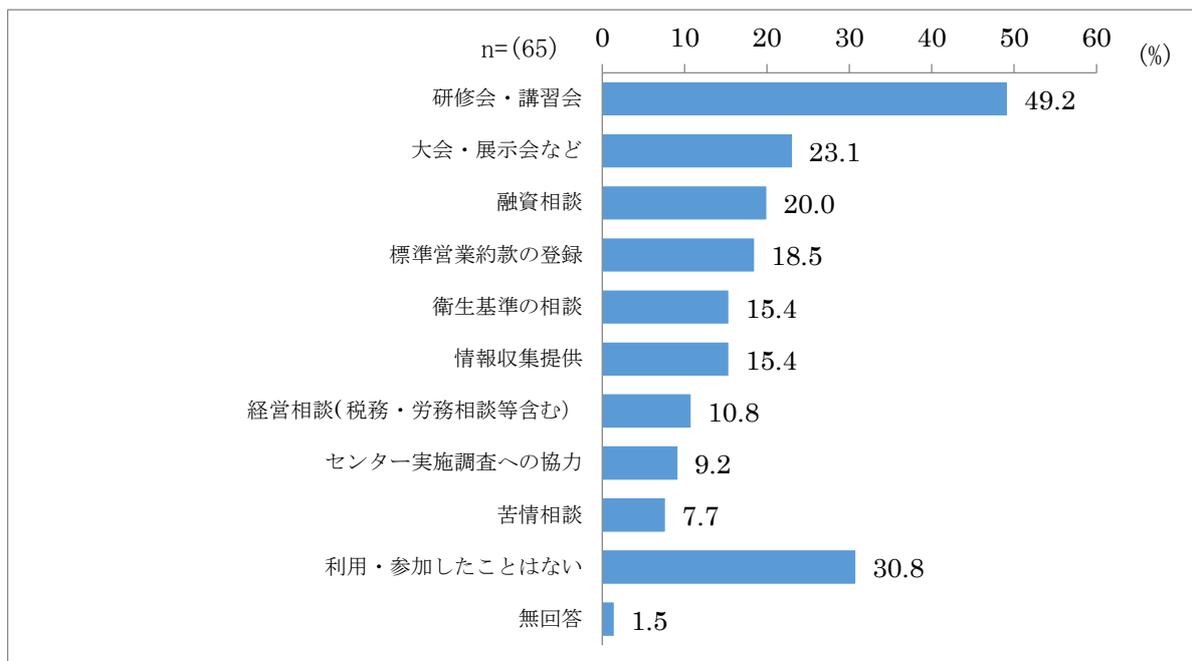
相談関係の利用・経験は、「融資相談」（約20%）、「衛生基準の相談」（約15%）、「経営相談」（約11%）、「苦情相談」（約8%）の順で割合が高くなっている。

また、「標準営業約款の登録」関係での利用は、約19%であった。

一方、事業内容を知っているが「利用・参加したことはない」は、約31%であった。

[第54図]

第54図 都道府県生活衛生営業指導センター事業の利用・参加経験



【年齢階級別】

都道府県生活衛生営業指導センターの実施事業等の利用・参加経験を年齢階級別にみると、すべての年齢階級で「研修会・講習会」への参加割合が最も高く、60歳～70歳未満では、約70%の者が参加している。同様に、「大会・展示会など」への参加も60歳～70歳未満の年齢階級で約35%と最も高い割合になっている。

また、「融資相談」については、各年齢階級での大きな差はみられないが、「衛生基準の相談」では40歳～60歳未満、60歳～70歳未満でその割合が高くなっている。 [第12表]

（注：40歳未満は回答数が少ないので参考に留める。）

第12表 年齢別にみた都道府県生活衛生営業指導センター事業の利用・参加経験 (%)

	調査数	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	登録標準営業約款の	研修会・講習会	情報収集提供	大会・展示会など	センター実施調査への協力	利用・参加したことはない	無回答
総数	65	10.8	20.0	15.4	7.7	18.5	49.2	15.4	23.1	9.2	30.8	1.5
40歳未満	1	100.0	100.0	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-
40歳～60歳未満	16	12.5	18.8	25.0	-	12.5	43.8	-	12.5	6.3	37.5	-
60歳～70歳未満	20	5.0	15.0	20.0	5.0	20.0	70.0	20.0	35.0	15.0	25.0	-
70歳以上	25	12.0	20.0	8.0	12.0	20.0	36.0	20.0	16.0	8.0	36.0	4.0

【業種別】

都道府県生活衛生営業指導センターの実施事業等の利用・参加経験を、サービス業関係と飲食業関係に分けてみると、「研修会・講習会」や「大会・展示会など」への参加は、サービス業関係の割合が高くなっている。

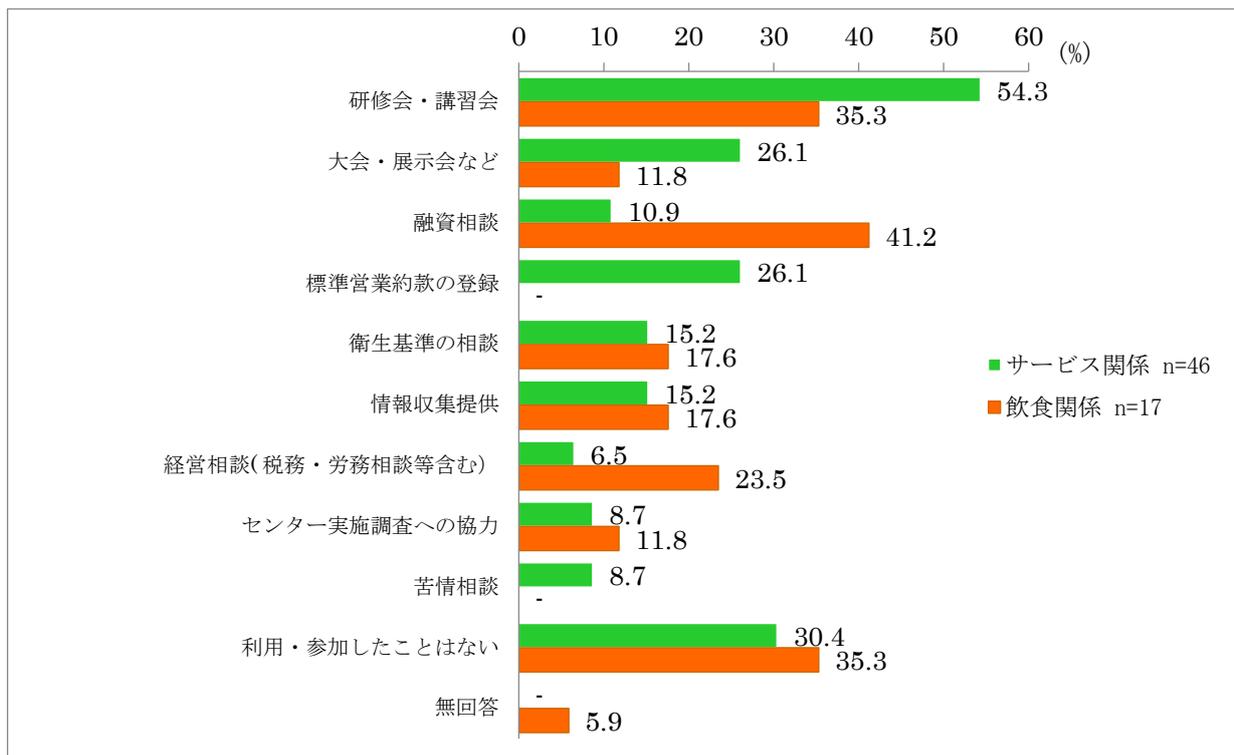
「標準営業約款の登録」については、サービス関係の約26%に対し、飲食関係はゼロとなっている。

一方、飲食業関係では、「融資相談」(約41%)と「経営相談」(約24%)が、サービス業関係を大きく上回っており、「衛生基準の相談」(約18%)もサービス業関係を上回っている。

なお、「苦情相談」は、サービス業関係の約9%に対し、飲食業関係がゼロとなっている。

また、「利用・参加したことはない」は、飲食業関係が約35%、サービス業関係も約35%となっており、両者で大きな差はみられない。 [第55図]

第55図 業種別にみた都道府県生活衛生営業指導センター事業の利用・参加経験



第3 郵送回答とWeb回答別にみた調査結果【参考】

1 郵送回答とWeb回答の回収数、属性

(1) 調査方法と回収率

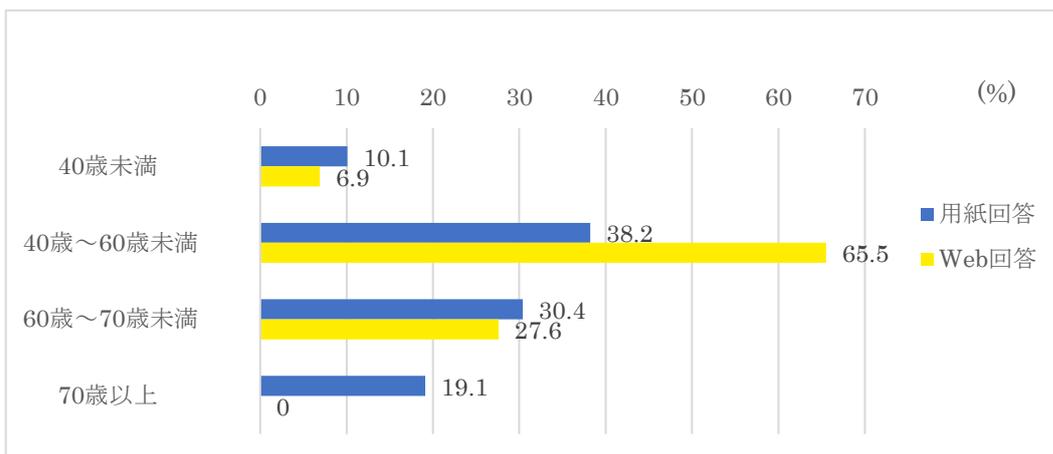
今回の調査方法は、調査票の配布は郵送で行い、調査票の回収は調査対象者の希望により郵送(用紙)回答又はWeb回答のいずれかを選択できる方法とし、回答方法の違いによる結果の比較分析を検討した。しかしながら、回答者数 463 のうち、郵送回答は 434 (93.7%) に対し、Web回答は 29 (6.3%) にとどまった。

今回調査では、Web回答数が少ないことから、回答方法の違いによる結果の比較分析は行わないこととし、Web回答については、以下に、「参考」として主な調査結果を掲載することとする。

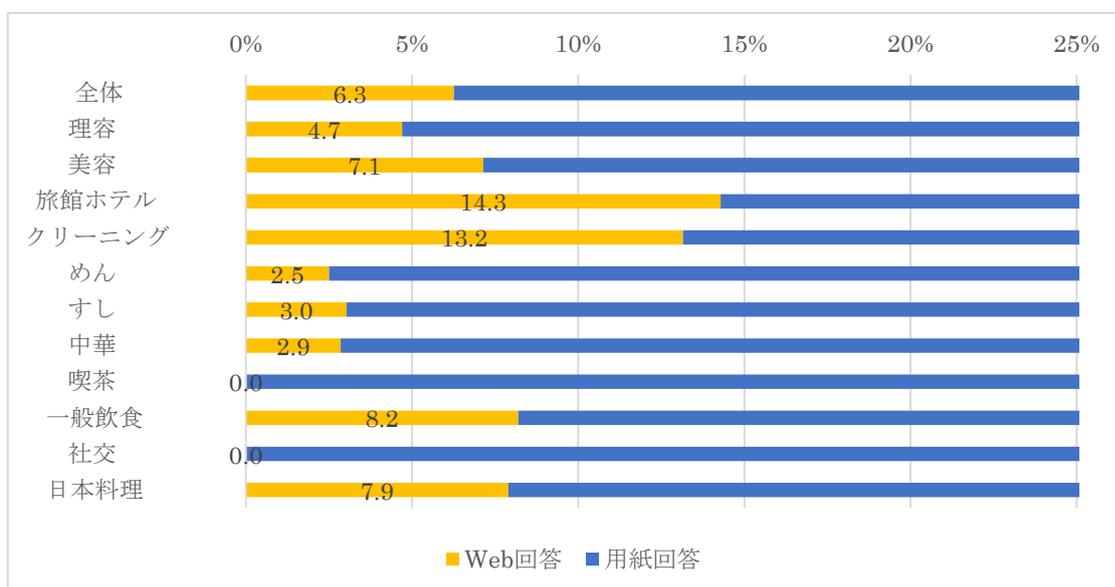
(2) Web回答者の属性

Web回答者の属性について、年齢階級別にみると40歳～60歳未満が65.5%(郵送回答は38.2%)と多数を占め、70歳以上はいなかった。また、業種別でみると、ホテル・旅館とクリーニングでのWeb回答率が各14.3%、13.2%で、全体平均の6.3%を大きく上回った。

【参考】第1図 年齢階級別に見た郵送(用紙)回答及びWeb回答の回答者数(率)



【参考】第2図 業種別に見た郵送(用紙)回答及びWeb回答の回答者数(率)



2 郵送回答とWeb回答別に見た主な調査結果

(1) 営業上必要な情報の入手方法

営業上必要な情報等の入手方法に関する回答で、「インターネット」と答えた者は、Web回答では82.8%となっており、郵送回答（用紙回答）の39.9%を大きく上回っている。逆に「友人（同業者）や親達」、「新聞やテレビ等の報道」は、郵送回答と比べその割合を大きく下回っている。

【参考】第1表 郵送(用紙)回答・Web回答別の営業上必要な情報の入手方法

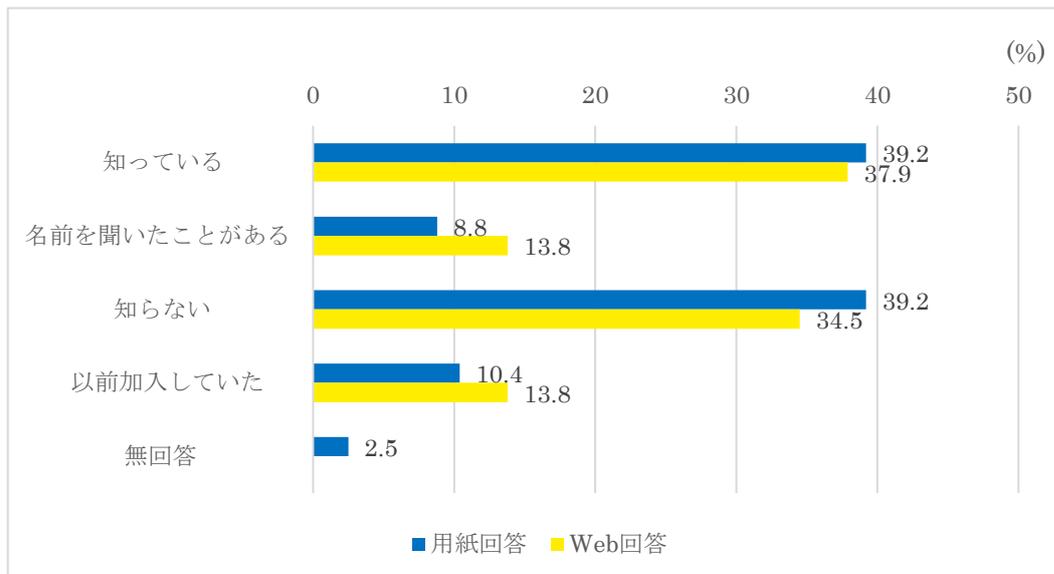
(%)

	調査数	インターネット	商店街などの地域交流	組合関係者との交流	友人（同業者）や親等	仕入れ業者・機材商	経営コンサルタント、小企業診断士等の専門家	一般の雑誌や専門誌等	新聞やテレビ等の報道	研修会、講演会、セミナー等	積極的な情報収集等はない	無回答
用紙回答	434	39.9	16.6	16.4	35.3	60.1	3.7	17.3	30.9	14.5	6.5	2.3
Web回答	29	82.8	13.8	17.2	17.2	51.7	-	10.3	13.8	24.1	6.9	-

(2) 生衛組合の認知状況

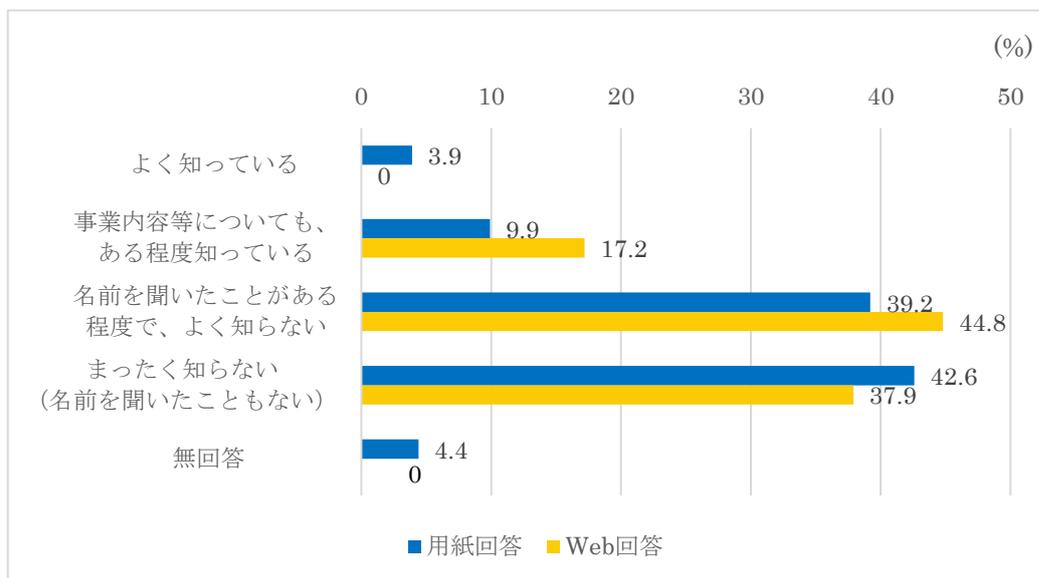
自分が経営する業種の組合（生活衛生同業組合）の認知状況については、Web回答の「知っている」は約38%、「知らない」は約36%で、郵送回答のそれぞれ約39%に比べ大きな差はみられない。

【参考】第3図 郵送(用紙)回答及びWeb回答別にみた生衛組合の認知状況



都道府県生活衛生営業指導センターの認知状況については、Web回答では「よく知っている」はなかったが、「事業内容についても、ある程度知っている」（約17%）、「名前を聞いたことがある程度で、よく知らない」（約45%）、「まったく知らない」（約38%）となっており、郵送回答と大きな差はない。

【参考】第4図 郵送(用紙)回答及びWeb回答別にみた都道府県指導センターの認知状況



第4 参考

「生衛業の振興と生衛組合に関するアンケート調査」（組合非加入者調査）の概要

1 調査目的

本調査は、生活衛生関係営業（以下「生衛業」という。）の営業者であって生活衛生同業組合（以下「生衛組合」という。）に加入していない者を対象に、生衛業経営に当たっての意識、営業上必要な情報の入手方法、生衛組合の認知度等について調査し、生衛組合の基盤強化と組合活動の活性化等を検討するための基礎資料を得ることを目的とする。

2 調査区域及び調査対象

(1) 調査対象

東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県のうち、さいたま市、千葉市、東京都港区・豊島区、横浜市中区・戸塚区及び川崎市川崎区で営業する生衛業者であって、生衛組合に加入していない個人又は法人（以下「組合非加入者」という。）を対象とする。

なお、次の生衛業者、業種は調査対象から除外する。

- ① 資本金 1,000 万円以上又は常時使用する従業員 20 人以上の法人企業
- ② 興行(映画館)、公衆浴場業、冰雪販売業、食肉販売業、食鳥肉販売業
- ③ F C加盟店、クリーニング取次店、ファッションホテル等

(2) 調査対象の選定及び調査対象数

NTT タウンページデータをもとに、組合員及び調査対象外の企業・業種を除外した調査対象名簿を作成し、同名簿に基づき無作為抽出により、約 4,500 対象を選定した。

3 調査の実施期間

調査は、平成 28 年 3 月に実施した。

4 調査方法

(1) 調査の委託機関

民間調査機関（(株)サーベイリサーチセンター）に委託して実施した。

(2) 調査事項

別紙「調査票」のとおり

(3) 調査の方法

調査票の配付方法は郵送方式、回収方法は郵送方式と Web 方式の併用とした。

5 結果の集計と公表

(1) 集計

調査事項について基本属性別に集計する。

(2) 結果の公表

全国指導センターは、調査結果を報告書及びホームページで公表する。