

平成 30 年度事業評価委員会資料

- 1 平成 30 年度事業計画
- 2 評価委員からの意見等と取組み
- 3 平成 29 年度各事業と実績等

公益財団法人静岡県生活衛生営業指導センター

1 平成 30 年度事業計画

1 国・県補助事業（生活衛生関係営業衛生確保等指導事業）

（1）相談指導事業

ア 中央相談指導事業

生衛業者、一般消費者・利用者からの相談や要望に、生活衛生営業指導センター内で、開業資金や設備改善資金などの融資相談、税務相談、消費者の苦情等に関する相談指導。

イ 出張相談指導事業

生衛業者の相談や要望により広く対応するため、保健所や関係団体で開催する様々な講習会等を利用して相談指導。

ウ 生衛業経営改善資金融資等指導事業（衛経融資等）

日本政策金融公庫融資の利用促進を図るため、生衛組合、日本政策金融公庫、センター三者による「融資説明会」を開催など、連携しての経営特別相談員の活動支援。

エ 生衛業再生特別支援事業

外部の中小企業診断士等専門知識を有する者からの相談支援。

オ 分野調整事業

大企業等の事業進出による既存生衛業者との紛争を解決するため、紛争内容の調査や当事者間の調整等や必要が生じた際の協議会の開催。

（2）情報化整備事業

生衛業に関する情報の収集や分析、及び情報発信。

（3）後継者育成支援事業

生衛業への理解と就業支援のための高校生や大学生などを対象とした出前講座等インターンシップモデル事業。

2 静岡県単独補助事業

（1）生活衛生関係営業対策事業

生衛業の経営基盤の強化を図るための取組や組合の自主的活動を促進・支援する事業。

ア センターが行うサービス向上等のための経営セミナーや研修会、生衛業と消費者との懇談会。

イ 生衛組合が取り組むサービス向上等事業への助成。

ウ センターが行う事業への第三者からの事業評価。

（2）公衆衛生活動事業

経営の健全化、衛生水準の維持向上、公衆衛生思想の普及を図るための事業。

ア 指導センターにおける日本政策金融公庫融資に係る推薦事務及び指導

イ 生衛組合及び指導センター役職員のセミナー、研修会等への参加

ウ 指導センター業務の周知活動、広報紙「生衛しずおか」、パンフレット等作成配布

エ 経営特別相談員の活動中の事故に備えた交通事故傷害保険への加入

3 静岡県受託事業（生活衛生営業指導業務委託事業）

理容、美容、興行、公衆浴場及びクリーニングの5業種についての衛生水準の維持向上を図るため、各生衛組合から推薦された生活衛生営業指導員による施設の構造設備及び衛生管理に関する巡回指導。

4 全国生活衛生営業指導センター受託事業

（1）経営特別相談員研修事業

経営特別相談員が経営や融資に関する情報を蓄積し、生衛業者の相談指導に適切に対応するための研修会を開催。

（2）生活衛生関係営業の景気動向・経営状況調査等事業

生衛業の健全な発展や経営の安定化及び施策策定の基礎資料に活用するため、定期的、定期的に景気の動向や経営の状況など各種調査を実施するとともに、生衛業に対する、これら調査結果等の情報提供や衛生水準の確保・向上のための広報事業並びに推進会議開催などの事業。

（3）標準営業約款登録事業（生衛法第57条の13）

消費者の店舗選択の利便（消費者の利益擁護）を図ることを目的として創設された登録制度の浸透を図るため事業。

ア 標準営業約款の登録事務

対象業種（理容店、美容店、クリーニング店、めん類飲食店及び一般飲食店の5業種）の新規登録及び再登録事務。

イ 普及啓発

各業種の標準営業約款登録制度の業界、一般消費者への普及周知を図る。

（4）クリーニング師研修等事業（クリーニング業法第8条の2及び3）

法に基づく、クリーニング師等の資質向上を図るための研修事業。

（クリーニング師及び業務従事者は、3年に1回研修を受けなければならない。）

2 各事業に対する評価委員からの意見等と取組み

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
1 国・県補助事業 (生活衛生関係営業衛生確保等指導事業) (1)相談指導事業 ア 中央相談指導事業 イ 出張相談指導事業(23年度新規) ウ 経営改善資金融資等指導事業 エ 生衛業再生特別支援事業	平成23年度意見・要望 ・新たに出張相談を実施し、相談しやすい体制となったことは評価します。 ・指導センターの活動状況や融資について積極的にピーアールすべきと考えます。 ・経営環境が厳しい中、中小企業診断士等という専門家の支援は効果があると考えます。 ・出張相談事業を新規に取り組み、潜在的需要を発掘されたことは大いに評価します。 ・大震災の影響もあり今後も相談指導は必要な事業であると考えます。 ・内容等を一層精査の上、継続すべきであると考えます。 ・生衛業再生特別支援事業に集中して良いのではないかと考えます。 ・既存機関に任せるべきではないかと考えます。 ○評価 ・出張相談事業により相談体制の充実が図られ需要が拡大したことは評価する。さらに、内容を改善し拡大・充実を望む。	平成24年度事業 ・出張相談を継続し、融資を含め経営相談等の潜在的需要の掘り起こしに努めるとともに、組合加入への啓発や指導センター業務の浸透を図る。	
	平成24年度意見・要望 特になし	平成25年度事業 ・出張相談を継続し、融資を含め経営相談等の潜在的需要の掘り起こしに努めるとともに、指導センターの認知度を高め、組合加入への啓発や指導センター業務の浸透を図る。また、相談者の利便を考慮して、パンフレット及び相談票を配布する。	
	平成25年度意見・要望 特になし	平成26年度事業 ・保健所が開催する講習会や関係団体が開催する各種会合等に出向いて行う出張相談は、当指導センターが生衛業者の身近な相談相手であることをアピールできる。また、融資相談や経営相談を含めた相談機能の充実 は、公衆衛生の維持・向上に係る周知活動を併せて実施することで、指導センターの認知度向上に寄与できると共に、組合基盤の強化に結びつく。	

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成26年度意見・要望</p> <p>・折角の金融公庫による融資制度。知られていないのでは。もっとPRを。</p>	<p>平成27年度事業</p> <p>・保健所等が開催する講習会や関係団体が開催する各種会合等の生衛事業者が集まる場所に向いて行う出張相談は、当指導センターが身近な相談者ということを直接的に周知できる。また、公庫の融資相談や経営相談等の充実は、生衛事業者の事業の安定化に寄与し、公衆衛生の維持・向上に係る周知活動も含め、利用者・消費者への指導センターの認知度向上と共に組合活性化の一助となる。</p>	<p>実績</p> <p>・中央相談124件 ・出張相談162件 ・訪問相談57件</p>
	<p>平成27年度意見・要望</p> <p>・融資相談で、保健所等に出かけることは良いこと。例えば、調理師学校にも将来の店舗開設者もいる。関係業界等、PRすることが大事。</p>	<p>平成28年度事業</p> <p>・食品衛生協会が開催する講習会や関係団体が開催する会合や研修会等の生衛事業者が集まる場所に向いて行う出張相談は、当指導センターが身近な相談者であることを効率的に周知できるため継続実施とした。また、融資相談の機会を捉え、経営課題の指摘等は、生衛事業者の事業安定化の手助けとなり、公衆衛生の維持・向上に繋がり、利用者・消費者への指導センターの認知度向上ならびに組合活性化の一助となった。</p>	<p>実績</p> <p>・中央相談114件 ・出張相談143件 ・訪問相談30件</p>
	<p>平成28年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成29年度事業</p> <p>・食品衛生協会が開催する講習会や関係団体が開催する会合や研修会等の生衛事業者が集まる場所に向いて行う出張相談は、当指導センターが身近な相談者であることを効率的に周知できるため継続実施とした。なお、平成29年度は、新たに理容師講習会等へも働きかけて出張相談を実施した。また、生衛事業者の店舗に直接訪問して、経営指導員による巡回指導を実施した。</p>	<p>実績</p> <p>・中央相談121件 ・出張相談124件 ・訪問相談30件</p>

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成29年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成30年度事業</p> <p>・食品衛生協会が開催する講習会や関係団体等が開催する会合や研修会等の生衛事業者が集まる場所に出向いて行う出張相談は、当指導センターが身近な相談者であることを効率的に周知できるため継続実施とする。なお、本年度も、理容師講習会等へのお出張相談を実施する。また、生衛業者の店舗に直接訪問して、経営指導員による巡回指導を実施しているが、公衆衛生の維持・向上にも繋がるため、積極的に実施していきたい。</p>	<p>目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中央相談150件 ・出張相談130件 ・訪問相談 50件

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
オ 分野調整事業	<p>平成23年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業界の趨勢を調査することは、これからの動きを予測するには大きな情報源となると考えます。 ・現在は調整事例はないが、センターの重要事業と考えられるので常に情報の収集に努める必要があると考えます。 ・生衛業者は、情報に乏しいので情報の提供の場が必要であると考えます。 ・最低限にとどめるべきと考えます。 ・現状、誰からも要望がないという現状はなぜなのでしょう。 ・資料からは判断(評価)できない。 <p>○評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ・困るのは中小の生衛業者、消費者は困るのか、発想を転換し消費者の立場・目線での改善を図ることを望む。 	<p>平成24年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調整事案に速やかに対応できるよう体制を維持しながら、引き続き事業活動調整員による情報収集に努める。 	
	<p>平成24年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成25年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、情報収集に努める。 	<ul style="list-style-type: none"> ・分野調整事業協議会 平成26年2月13日開催 ・他県での事例による検討 ・県内のホテル旅館の推移、観光の現状等を情報交換
	<p>平成25年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成26年度事業</p> <p>他県の事例に基づく検討や生衛業関連の情報交換を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「コンビニエンスストアと生活衛生営業」をテーマに意見交換 	<ul style="list-style-type: none"> ・分野調整事業協議会 平成27年2月20日開催
	<p>平成26年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成27年度事業</p> <p>発生に備え、協議会を開催し、他県の事例に基づく検討や生衛業関連の情報交換を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日観光客の増加やインバウンド需要への取組み状況並びに民泊等規制緩和に係る課題等について意見交換 	<ul style="list-style-type: none"> ・分野調整事業協議会 平成28年2月10日開催

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成27年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成28年度事業</p> <p>発生に備え、協議会を開催し、生衛業関連の課題等情報交換を実施。 ・生活衛生関係営業の現状と動向について意見交換。</p>	<p>・分野調整事業協議会 平成29年1月17日開催</p>
	<p>平成28年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成29年度事業</p> <p>調整が必要な事案は、発生していないが、発生に備え、協議会を開催し、生衛業関連の課題等情報交換を実施する。</p>	<p>・分野調整事業協議会 平成30年1月25日開催</p>
	<p>平成29年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成30年度事業</p> <p>調整が必要な事案は、発生していないが、発生に備え、協議会を開催し、生衛業関連の課題等情報交換を実施する。</p>	<p>・分野調整事業協議会 平成31年1月頃を予定</p>

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
(2)情報化整備事業 ・情報の収集、発信	平成23年度意見・要望 ・制度変更や法改正等といった情報や業界情報は重要な情報であり、これらを共有化していくことが重要であると考えます。 ・外部専門家の意見等も取り入れ利用者の活用しやすいHPの作製が必要であると考えます。 ・目標である1万アクセスは達成しているものの、前年に比べ減少しているためコンテンツの内容の充実を求めます。 ・タイムリーな情報公開は細かにされた方が良いと考えます。 ・万民がインターネットを使用できる環境にはないので情報開示の方法を考慮することが必要と考えます。 ・自分で知識・スキルの研修をすることが必要と考えます。 ○評価 ・組合のホームページに①トラブル解決事例②クレーム処理等Q&Aを整備することや組合会員のホームページ作成能力を図るなど会員・消費者の視点で改善を図ることを望む。 ・会員のみホームページの開設などメリット、魅力を高める改善も必要である。	平成24年度事業 ・生衛業や生衛組合、一般市民等に必要な情報の蓄積と発信に努める。 ・生衛組合、生衛業者のためのHPの維持管理やパソコン操作等研修会を開催する。 ・各組合にクレーム処理関連情報を発信する。 ・食の安全・安心、インフルエンザ等感染症情報を充実する。	・ホームページ未開設組合(麺類業、食鳥肉販売業、映画興行協会及び公衆浴場組合)
	平成24年度意見・要望 特になし	平成25年度事業 ・生衛業や生衛組合、利用者・消費者に必要な各種情報提供及び食の安全・安心、インフルエンザ等の感染症に係る情報をいち早く提供する。 ・生衛業や生衛組合向けのHPのサポートやIT技能の向上のため研修会を企画する。 ・各生衛組合のHP運営等の現状を把握するため、アンケート調査を実施する。	
	平成25年度意見・要望 特になし	平成26年度事業 ・利用者・消費者に必要な情報である食中毒等の食の安全・安心に関するものやインフルエンザ等の感染症に関する各種情報を入手次第、ホームページにて情報提供する。 ・生衛業や生衛組合向けのさまざまなIT技術の向上に資するセミナーを企画する。	

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成26年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成27年度事業</p> <p>・利用者・消費者の関心が強い食中毒等の食の安全・安心に関するもの、インフルエンザ等の感染症に関する各種情報及び当指導センターの実施する経営セミナーの案内を、随時、ホームページにて情報提供する。 ・生衛業者や生衛組合の情報発信力強化に向けて、IT技術の向上となるメニューを企画する。</p>	
	<p>平成27年度意見・要望</p> <p>・センター、各組合のホームページ(以下、HPとする。)閲覧数の状況はどうか。見てもらう必要がある。 ・アプリの使い方の指導やツイッター、フェイスブックでは、お客さんが情報を提供してくれることも多いことから、これら使用方法研修を。 ・インバウンド旅行者に、国内を案内することで、自らのブログ等で情報発信してもらう。近隣のブログ、フェイスブック愛好者の影響は大きい。 ・利用者に何を見てもらうか、どうしてもらうか。ターゲットを明確にする必要がある。 ・HPも良いが、生衛業店舗内での掲載情報も気になる。待ち時間に見ていただき、口コミで広げる。情報発信の方法も様々。 ・HPの作成等は、大学生が得意。利用しては。</p>	<p>平成28年度事業</p> <p>・食の安全・安心に関する県民の意識は高く、食中毒、インフルエンザ等の感染症に関する各種情報や当指導センターの実施する経営セミナーの案内を原則、月1回のペースで更新してホームページにて情報提供した。なお、平成28年度のホームページの更新実績は15回、また、アクセス件数は、16,346回となった。 ・生衛業者や生衛組合の情報発信力強化に向けて、新しいIT技術を積極的に取り入れセミナーの企画やポップ広告の活用を検討した。</p>	<p>実績</p> <p>・更新回数 15回</p> <p>・HPアクセス数 16,346回 (対前年比96.7%)</p>
	<p>平成28年度意見・要望</p>	<p>平成29年度事業</p> <p>・生衛業者や生衛組合及び消費者のニーズに的確に対応するため、生衛業関連情報を提供するとともに、事務の効率化等円滑な業務運営を図るため、ホームページの円滑な運営、情報の収集・蓄積やシステムの維持管理に努めた。 今年度のホームページアクセス件数計画は、19,937回(対前年比122.09%)と増加した。 ・情報化委員会では、「ウェブマーケティング基礎講座」のセミナーを実施し、インターネットを取巻く環境について理解を深めた。</p>	<p>実績</p> <p>・HPアクセス数 19,937回 (対前年比122.0%)</p>

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成29年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報の伝達は難しい。発信は進んでいるが、受信側がどうか。携帯電話所有率も75%と聞いているが、高齢者は難しいのではないか。 ・データ通信による情報は、末端店舗まで届いているかが重要である。 ・県民等への全体的な情報はオープンにした方がよい。 ・会員特権(的な)情報提供もあっていいのではないか。 ・情報化の状況が、(2020年の東京)オリンピックまでに大きく変わるのでないか。外国語が苦手でも、端末で対応したり、料理の注文もネットでしたりとか。 ・伝える側よりも、受ける側(消費者、利用者)の情報が、パソコン等の普及で質・量ともに多い事がある。 ・外国では、大きなショッピングモールが減少している状況がある。ネットで注文すれば家に商品が届く。店と住む所の距離感がなくなっている。 ・情報の発信は、双方向が大切。情報の発信、伝達のみではなく、FBやインスタグラムなどのSNSを活用して、反応がどうかまで見れるといい。 	<p>平成30年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生衛業者や生衛組合及び消費者のニーズに的確に対応するため、生衛業関連情報を提供するとともに、事務の効率化等円滑な業務運営を図るため、ホームページの円滑な運営、情報の収集・蓄積やシステムの維持管理に引き続き努める。 ・今年度のホームページアクセス件数計画は、16,500回とした。 ・生衛業者や生衛組合の情報発信力強化に向けて、情報化委員会で検討を実施する。 	<p>目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HPアクセス数16,500回(対前年比82.7%)

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
<p>(3)後継者育成支援事業</p> <p>・生衛業への理解と就業支援</p>	<p>平成23年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子供たちに職業体験をさせることは、長い目で見て極めて重要なことと考えます。 ・学校で職についての取組みが行われ、その機会が多くなればなるだけ後継者である子供たちが理解度を上げられると思うので、積極的に取り組むべきであると考えます。 ・インターンシップは職業を選択する際に良いアドバンテージになりうるのもっと積極的に取り組むべきと考えます。 ・小学校での理容の体験学習については、びっくりしました。 ・現在2業種(料理業・理容業)であるので他業種への広がりへの努力が必要であると考えます。 ・自分ですることであると考えます。 <p>○評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子供の職業観の育成の観点からは大変重要な事業であるが後継者を増やすといった視点からの取組みや発信方法の工夫など改善を図ることを望む。 	<p>平成24年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今年度は、これまでの理容業及び料理業の2業種に加え鮪商が新たに取組みを開始し3業種へと拡大した。 ・「後継者を増やすといった視点」からの取組みとして、学生に出前授業を「受ける前」と「受けた後」にそれぞれ「アンケート調査」を行い、今後の出前授業の在り方・発信方法への一助とした。 	<p>実施組合</p> <p>【鮪商】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・鮪の歴史、種類及び技術の実演と実技 ・開催日 7/11、7/18 ・開催校 焼津水産高校 ・その他 テレビ・新聞放映 <p>【料理】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本料理の文化とマナー及び実演と実技 ・開催日(確定) 7/9、8/30 ・開催校 静岡学園、東海短大 <p>【理容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・理容師になるまでの訓練課程の説明及び実演と実技(単純作業のみ) ・開催日 11/12 ・開催校 清水船越小学校 <p>・アンケート調査結果 約8割以上が有意義な経験であったと答えるなど、継続・充実する方向</p>
	<p>平成24年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生衛業の事業継続のためには、当事業を忍耐強く、かつ充実の方向で推進する必要があると考えます。 	<p>平成25年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・鮪商、料理及び理容組合の3組合で取り組んだ。特に、鮪商組合が東海大学短期大学部の要請を受け、訪問施設を2施設とするとともに、アンケート調査を実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・各組合への参加募集 1/15 ・応募 昨年度と同じ3組合 ・第1回後継者育成支援協議会 4/23(3組合の事業承認)
	<p>平成25年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・後継者育成事業は、周知されてきている。若者へのPRを含め、他の業種にも拡大すべき。 ・後継者事業に、実地指導は必要なこと。 	<ul style="list-style-type: none"> 鮪商、料理及び理容組合の3組合で取り組んだ。特に、料理組合では、訪問高校を1校増やし短期大学校1、高等学校4校とした。 	<ul style="list-style-type: none"> ・各組合への参加募集 1/14 ・応募 昨年度と同じ3組合 ・第1回後継者育成支援協議会 5/21(3組合の事業承認)

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成26年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成27年度事業</p> <p>・鮪商、料理及び理容組合の3組合で取り組んだ。特に、料理組合では、訪問高校で1年生9クラス約400人に対して新たに実施した。</p>	<p>・各組合への参加募集 1/14</p> <p>・応募は昨年度と同じ3組合</p> <p>・第1回後継者育成支援協議会 4/24(3組合の事業承認)</p>
	<p>平成27年度意見・要望</p> <p>・短大での食文化の伝承は良いこと。高学歴者への後継者育成等、幅を広げていければ良い。</p> <p>・静岡県は食の都。世界の和食。例えば、「鮪食学校」の設立は。</p> <p>・生衛業の後継者の実態は。一度、調べて見るのも良い。</p>	<p>平成28年度事業</p> <p>・今年度は、鮪商、料理、理容組合及び美容業組合の4組合で取り組んだ。特に、今回は、新たに美容業組合が参加し、小学校1年生～6年生が保護者同伴で美容師の仕事を体験した。</p>	<p>・各組合への参加募集 1/22</p> <p>・今回の応募は、4組合</p> <p>・第1回後継者育成支援協議会 4/22(4組合の事業承認)</p> <p>・第2回後継者育成支援協議会 3/10(事業結果の報告)</p>
	<p>平成28年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成29年度事業</p> <p>・鮪商、料理業、理容及び美容業組合の4組合で取り組んでいる。特に美容業組合は、前年度県中部地区(静岡市)で開催したため、今年度東部地区(東部総合美容専門学校(三島市))で開催した。また、感想等のアンケート調査も実施している。</p>	<p>・各組合への参加募集 2/20</p> <p>・今回の応募は、4組合(9回、1,150人)</p> <p>・第1回後継者育成支援協議会 4/21(4組合の事業承認)</p> <p>・第2回後継者育成支援協議会 2/2(事業結果の報告)</p>
	<p>平成29年度意見・要望</p> <p>・全ての業種で、人手不足、後継者不足が叫ばれている。</p> <p>・子供の頃の意識の中で、職業観が生まれるのでは。(家族内での継承)</p> <p>・利益率が多ければ、後継者も繋がる。</p> <p>・飲食店業など、土日の勤めに人気がない。</p> <p>・調理師学校卒業生の大半は、飲食関係業界に就職するが、離職率も高い。</p> <p>・地域、街づくりが大事。生衛業(飲食店)も活性化する。</p> <p>・三島地区では、飲食店の創業も多い。ただ、修行が必要な飲食店は敬遠されがち。新陳代謝も激しい。</p> <p>・時間が掛かるが、視点を変えてみては。高級路線も有か。長い目で、街づくり、産業づくりを。</p>	<p>平成30年度事業</p> <p>「出前授業形式の職場体験学習を計画」</p> <p>・鮪商組合:公民館1、小学1、短期大1</p> <p>・料理業組合:中学1、高校8、短期大1</p> <p>・理容組合:小学2</p> <p>・美容業組合:理美容学校1</p>	<p>・第1回後継者育成支援協議会(4/20)</p> <p>4組合の事業計画の承認</p> <p>・第2回後継者育成支援協議会(3月予定)事業結果の検証</p>

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
<p>2 静岡県単独補助事業</p> <p>(1)生活衛生関係営業対策事業 ア 経営セミナーや研修会等の開催 イ 飲食店等における栄養成分表示の促進及びバランスのとれた食事の啓発 ウ 生活衛生同業組合への助成事業</p>	<p>平成23年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生衛業者が経営改善や新規メニュー、税務等の経営にかかる新規情報の入手や活用のために講習会やセミナーは重要であり今後も拡充する必要があります。 ・多彩な講師で効果も期待できると考えます。 ・活動内容を時宜にあったものに改善する必要があります。 ・食中毒等は小規模事業者にとっては致命傷になるので、そのための周知はもつとすべきであると考えます。 ・栄養表示、食品表示については、専門家である以上、より研修に努めて欲しい。 ・セミナーの題目から推察したところ魅力に欠けている気がします。 ・衛生面に対する取組みが少ないのではないかと。好評が理解しがたい。 <p>○評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ・この事業は指導センターの本命事業で重要と思われるが、消費者目線に立ち創意工夫し、発信力を高めるよう改善を図ることを望む。 ・料金は会員と会員外と区別するなど付加価値を上手に付ける工夫も必要である。 	<p>平成24年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生衛業が必要としている情報の収集に努め、生衛組合と連携してセミナーや研修会等を開催する。引き続き、生衛組合、生衛業、食品衛生協会、消費者団体、報道機関への情報提供等広く参加を呼び掛ける。 	<ul style="list-style-type: none"> ・有料経営セミナーの実施 県下2会場 37名の出席
	<p>平成24年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営セミナーへの参加者増と参加意識を高めためには、有料化を導入すべきと考えます。 ・顧客の維持・増加を図るためには、良好な営業環境の保持・改善が重要であり、暴力追放(暴力団対策)への意識の浸透が必要と考えます。 ・国際化の進展に伴う、外国人観光客への接遇等対応が必要と考えます。 ・消費者や営業者等へのタイムリーな情報発信が必要であると考えます。 ・生衛業の活性化を図るためには、生活文化、食文化、お茶文化等の向上や発信に努めるとともに、生衛組合の連携した運動としての取組みが重要であると考えます 	<p>平成25年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者からのニーズや意見等を把握する必要があることから、消費者と生衛業との懇談会の開催や合同の勉強会を実施する。 また、各生衛業組合での情報発信状況を把握するためアンケートを実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・懇談会(飲食業関係者) 東・中・西にて計3回開催 ・勉強会 10月24日 「食の安全について」

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成25年度意見・要望</p> <p>・懇談会や勉強会は大事、生活学校連絡協議会でも参加し、取り組みたい。</p>	<p>平成26年度事業</p> <p>・平成26年度は、ホテル・旅館組合との懇談会を実施。</p>	<p>・懇談会 東・中・西にて計3回開催 ・勉強会 10月22日 「福島の実況と福島県消費者団体連絡協議会の活動」</p>
	<p>平成26年度意見・要望</p> <p>・この事業にある消費者との懇談会をやっていることによって、「生活衛生関係営業」を良く知ることになった。</p>	<p>平成27年度事業</p> <p>・平成27年度は、麺類業組合との懇談会等を実施。</p>	<p>・懇談会 東・中・西にて計3回開催 ・勉強会 10月20日 テーマ 「食で変えませんか？心と体を健康に」</p>
	<p>平成27年度意見・要望</p> <p>・セミナーの演題への要望に「集客」が多いようだ。経済産業省管轄の補助金申請では製造業関係が多いが、サービス・小売業の事例も見受けられる。参考にし、先進事例として、情報発信したら。</p>	<p>平成28年度事業</p> <p>・消費者との懇談会は、「美容業組合」と間で実施。 ・経営セミナーに成功事例として、全国的に居酒屋を展開している「焼き鳥のやまちゃん」代表者に講演を依頼、また、平成29年NHK大河ドラマにちなみ、地域の活性化にと「直虎」関係講演を静大名教授小和田哲男氏に依頼するなど、時局にあわせたセミナーを開催した。 ・IT研修として「iPhone講座」を導入。</p>	<p>・懇談会 東・中・西にて計3回開催 講演内容「ヘアカラーによる皮膚障害」 ・勉強会 10月18日 テーマ 「ヘアカラーやまつ毛エクステなどに関するトラブル」</p>

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成28年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成29年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者との懇談会、勉強会は、「食肉組合」との会を予定。 ・各業態に対応したセミナー、研修会を実施する。 ・IT研修として新しく「デジカメ講座」、「ホームページ作成講座」を予定。 	<ul style="list-style-type: none"> ・懇談会 東・中・西にて計3回開催 講演内容「お肉のあれこれ」 ・勉強会 10月18日 テーマ 「食肉の安全・安心について」
	<p>平成29年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成30年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者との懇談会、勉強会は、「鮭商組合」との会を予定。 ・各業態に対応したセミナー、研修会を実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・懇談会 東・中・西にて計3回開催 講演内容「すしの歴史、うんちく」、「駿河湾の寿司ネタ」、「江戸のすし文化とうんちく」 ・勉強会 10月12日 テーマ 「世界の寿司事情」 ・勉強会

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
工 事業評価委員会の開催 ・外部委員による指導・助言の導入	平成23年度意見・要望 ・当分は必要と考えます。 ・開かれた事業の推進には必要で、今後も委員会の評価の下、事業の推進を望みます。 ・厳しい評価の下、次に反映していただきたいと考えます。 ・今年度の結果を次年度以降の事業に活かして欲しいと考えます。 ・委員会開催の必要性に疑問を感じました。 ○評価 ・県民に開かれた指導センターとなるためには、外部評価が必要である。	平成24年度事業 ・継続	
	平成24年度意見・要望 ・特になし	平成25年度事業 ・指導センター各事業全般を審議、また、各組合の消費者への情報提供状況、生衛業の組合加入状況を報告	
	平成25年度意見・要望 ・特になし	平成26年度事業 ・主に衛生組合活性化に係る「衛生水準の確保・向上事業」を審議	
	平成26年度意見・要望 特になし	平成27年度事業 ・指導センター各事業全般を審議	
	平成27年度意見・要望 特になし	平成28年度事業 ・「営業標準約款登録事業」の登録減少、「クリーニング師等研修事業」の研修申込減少から、この2事業を特に審議	
	平成28年度意見・要望 特になし	平成29年度事業 ・指導センター主事業である生活衛生関係営業衛生確保等指導事業の内の「相談指導事業」、「情報化整備事業」及び「後継者育成支援事業」について特に審議	

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	平成29年度意見・要望 特になし	平成30年度事業 ・指導センター主事業である生活衛生関係営業衛生確保等指導事業の内の「公衆衛生活動事業」、「生活衛生営業指導業務事業」及び「経営特別相談員研修事業」について特に審議	

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
<p>(2)公衆衛生活動事業</p> <p>ア 日本公庫融資推薦事務 イ 広報紙の作成・配布 ウ 生衛組合及びセンター役職員の研修会等への参加 エ 経営特別相談員の交通事故賠償保険への加入</p>	<p>平成23年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・融資推薦事務は、これからも継続していくべき事業であると考えます。 ・パンフレット及び広報誌の作成は継続すべき事業であると考えます。 ・引き続き、今後とも周知は必要と考えます。 ・無駄にならない最大限の広報活動であって欲しいと考えます。 ・特別相談員の傷害保険は当事業とそぐわないと考えます。 ・自分でやることと考えます。 ・活動が見えにくいと思います。 <p>○評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者に知られていない。もっと発信力を高めるよう改善を望む。 	<p>平成24年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県消費者団体連盟、県生活学校連絡協議会等消費者関係団体との連携を強化する。(各団体の研修会等において各生衛組合やセンター業務についての啓発に努める。) ・パンフレットや広報紙の増刷と関係団体や保健所等関係機関での活用に努める。 	
	<p>平成24年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生衛業の消費者への浸透を図るためには、消費者団体との勉強会等継続が重要と考えます。 	<p>平成25年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広報紙のコストパフォーマンスを考え、装丁の変更を企画する。 ・各種パンフレットの用途に見合った形で作成し、関係団体や保健所等関係機関での活用に努める。 ・経営特別相談員の交通事故賠償保険への加入の必要性について廃止を含め検討する。 	
	<p>平成25年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成26年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広報紙について、指導センターの活動内容等を利用者・消費者及び生衛業者に分かりやすく周知できるよう内容を吟味し、併せて指導センターの認知度向上に役立たせる。 ・指導センターの個別事業を用途別にパンフレットを作成し、保健所等関係機関や相談者向けの周知に活用する。 	

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成26年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成27年度事業</p> <p>・指導センターの活動内容等の広報活動として、利用者・消費者及び生衛業者に分かりやすく周知できる広報誌や各種事業の用途別のパンフレットを作成する。 ・パンフレット等は、出張相談の際に配付したり、保健所等関係機関に配置することで、指導センターの認知度向上に役立たせる。</p>	
	<p>平成27年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成28年度事業</p> <p>・指導センターの事業内容を利用者・消費者及び生衛業者のそれぞれに分かりやすく周知できるように広報紙やパンフレットを工夫して作成した。 ・「指導センターのしおり」を新たに作成して、出張相談の際に全員に配付したところ、手許資料を見ながら聞くことができるようになり、周知の向上に役立った。</p>	
	<p>平成28年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成29年度事業</p> <p>・指導センターの事業内容について消費者や生衛業者に分かりやすく周知できるように、広報紙やパンフレットを工夫した。 ・昨年度作成した「指導センターのしおり」を、今年度も作成し、出張相談の際に全員に配付するなどして、周知の向上に役立てた。</p>	<p>実績</p> <ul style="list-style-type: none"> ・融資推薦指導 一般44件、衛経3件 ・研修会への参加回数 3回 ・「生衛しずおか」発行 3,500部 ・交通事故賠償保険 42名(特相員全員分)

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成29年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成30年度事業</p> <p>ア 日本公庫融資推薦事務 公庫融資推薦業務や衛経の審査代行業務を遅滞なく実施する。</p> <p>イ 広報紙の作成・配布 広報紙については、県・日本政策公庫・各生衛組合に記事を依頼して、「生衛しずおか」を発刊し、当指導センターの周知等に努める。</p> <p>ウ 生衛組合及びセンター役職員の研修会等への参加 全国センター主催の「生衛業経営セミナー」等の研修会に参加する。</p> <p>エ 経営特別相談員の交通事故賠償保険への加入 経営特別相談員の活動中の事故に備えた交通事故障害保険に加入する。</p>	<p>目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・研修会への参加回数 3回 ・「生衛しずおか」発行 3,500部 ・交通事故賠償保険 50名(特相員全員分)

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
3 静岡県受託事業 ・生活衛生営業指導業務委託事業 生活衛生営業指導員による営業施設の巡回指導	平成23年度意見・要望 ・業界の自主管理の推進のため継続の必要がある事業と考えます。 ・素人にはわからない衛生法もあると思うので巡回指導により向上するとすれば必要がある事業と考えます。 ・巡回指導は非常に重要で今後とも継続すべき事業と考えます。 ・巡回指導は求められていると考えます。 ・慣れ合いにならぬよう予告なしの巡回指導をお願いしたいと思います。 ○評価 ・巡回指導は必要と思われるが、内容の透明性を高めるよう改善を望む。	平成24年度事業 ・生活衛生営業指導員と保健所との連携を再確認し、より効果的な巡回指導体制の確立に努める。 (生活衛生営業指導員設置要領について指導員及び保健所に再周知する。)	
	平成24年度意見・要望 特になし	平成25年度事業 ・生活衛生営業指導員と保健所との連携を更に図り、より効果的な巡回指導体制の確立に努める。 ・巡回指導の質的な向上のため、生活衛生営業指導員あてのアンケートを実施し、指導内容の改善を図る。	
	平成25年度意見・要望 特になし	平成26年度事業 ・生活衛生営業指導員の活動をサポートできるように各組合と連携するとともに、保健所との連携を図り、より効果的な巡回指導体制の確立に努める。 ・衛生水準の維持・向上に資する巡回指導のあり方を考えるため、前年に続き、指導員あてアンケートを実施する。	
	平成26年度意見・要望 特になし	平成27年度事業 ・生活衛生営業指導員の活動をサポートできるように各組合と連携するとともに、保健所との連携を図り、より効果的な巡回指導体制の確立に努めた。 ・店舗指導による衛生水準の確保・向上に係る効果をあげるための施策を考えるため、組合等にヒアリングを検討した。	巡回指導実績 ・1,977施設

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成27年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成28年度事業</p> <p>・生活衛生営業指導員の活動をサポートできるように各組合と連携するとともに、県主管課の協力を仰ぎ保健所と連携することで巡回指導体制の確立に努めた。</p>	<p>巡回指導実績</p> <p>・1,950施設</p>
	<p>平成28年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成29年度事業</p> <p>・生活衛生営業指導員の指導巡回業務をサポートできるように各生衛組合と連携するとともに、各保健所との連携を図り、効果的な巡回指導体制のサポートに努め、目標の1,900施設を達成した。</p>	<p>巡回指導実績</p> <p>・1,910施設(目標1,900施設)</p>
	<p>平成29年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成30年度事業</p> <p>・生活衛生営業指導員の指導巡回業務をサポートできるように各生衛組合と連携するとともに、各保健所との連携を図り、効果的な巡回指導体制のサポートに努める。 ・店舗の巡回指導による効果をあげるために、「衛生水準の確保・向上事業推進会議」等において、県内保健所などに協力を要請する。</p>	<p>巡回指導目標</p> <p>・1,900施設</p>

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
<p>4 全国生活衛生営業指導センター受託事業 (1)経営特別相談員研修事業</p> <p>・生衛業者の融資や各種相談に適切対応するための研修会の開催</p>	<p>平成23年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・相談員の若返りを図り、制度の一層の促進を図る必要があると考えます。 ・相談員の専門分野を明確にしていくことが必要と考えます。 ・特相員の人材養成が必要と考えます。 ・特相員の構成や方法を再構築することも視野に検討が必要と考えます。 ・必要性が感じられない。 <p>○評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ・研修会の内容を相違工夫し、一層の人材養成を望む。 	<p>平成24年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・主たる特相員業務として「衛経に関する相談・指導」であるため、従来は、公庫職員による「経営改善資金特別貸付に関する相談・指導」に特化した研修会を開催していたが、「保健所業務に関する助言・相談」など業務の多様化に対応できるよう、今年度は、保健所との衛生関係業務の関わりを強化するため、保健所職員による「生活衛生関係営業指導事業について」の講演を実施した。 ・近年の衛経業務の減少など特相員の業務内容の変化とマンネリ化しつつある業務の再認識及び周知のため「特相員の日常業務の在り方」等について説諭するとともに「意見交換会」を実施した。 ・研修会の在り方等について、「アンケート調査」を実施した。 	<p>【特相員制度要綱】S48年創設</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各同業組合理事長の推薦に基づき、静岡県生活衛生局長が選定し知事が委嘱する。 ・委嘱期間は原則3年以内とする。 ・業務は要綱第5のとおり、「経理等経営に関する指導」、「営業設備の近代化等に関する指導」、「設備改善資金特別貸付に関する相談・指導」、「生活衛生営業の許認可等の助言・相談」、「県等が行う生活衛生関係営業指導事業に対する協力」である。 <p>アンケート結果 研修は評価しているが、研修内容を減らし、各時間にゆとりを持ちたい。経営改善への具体的な対策などについての研修についての意見があった。</p>
	<p>平成24年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特相員活動の活性化を図るためには、成功活動事例の情報発信(提供)が必要と考えます。 ・衛生活動にも取り組むことが必要と考えます。 	<p>平成25年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特相員活動の活性化を図るため、融資制度に加え、①生営業の現状と特相員の役割②生衛業の税務について研修を行った。③特相員の相談窓口としての機能を強化するため、各保健所・県民生活センター・日本政策金融公庫の窓口一覧を作成・配布・説明した。 	<p>特相員研修 7/18開催 アンケート結果 研修は評価されている。特に税務についての評価は高かった。希望する研修としてクレーム対応があった。</p>
	<p>平成25年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成26年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特相員の研修として①生営業の現状と特相員の役割②中小企業診断士の先生から「これからの生活衛生業の経営戦略」③限度額が拡充された融資制度について研修を行った。④特相員の相談窓口としての機能を強化するため、各保健所・県民生活センター・日本政策金融公庫の窓口一覧を作成・配布・説明した。 	<p>特相員研修 7/23開催 アンケート結果 研修は評価されている。希望する研修としてクレーム対応があった。</p>

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成26年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成27年度事業</p> <p>・研修は①指導センターから「生衛法と生衛組合、特相員制度とその役割」②税理士の先生から「中小企業の現状と事業承継」③公庫から「生衛関係営業の融資制度」について行った。また、マイナンバー制度が動き出すことの周知を図った。</p>	<p>特相員研修 8/3開催 アンケート結果 研修は評価されている。希望する研修としてクレーム対応、経済・社会課題への対応があった。 *平成28年11月8日生衛大会セミナーで「クレーム対応」を講演</p>
	<p>平成27年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成28年度事業</p> <p>・研修は①県衛生課から「生衛行政の現状と動向について」②中小企業診断士の先生から「生衛業の経営の改善策・安定化等について」③公庫から「生衛関係営業の融資制度」について行った。また、研修のあり方等についてアンケート調査を実施した。</p>	<p>特相員研修 8/3開催 アンケート結果 研修は、評価されている。特に中小企業診断士の研修は好評であった。希望する研修としては障害者差別解消法があった。</p>
	<p>平成28年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成29年度事業</p> <p>・研修は①県衛生課から「生衛行政の現状と動向について」②全国センター特別事業相談室長から「生衛業を巡る消費者動向等経営環境のトレンドについて」③公庫から「生衛関係営業の融資制度」について行った。また、研修のあり方等についてアンケート調査を実施した。</p>	<p>特相員研修 8/2開催 アンケート結果 生衛業の対象である消費者・利用者の動向等に対する研修で、理解され、好評であった。</p>
	<p>平成29年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成30年度事業</p> <p>次の講師らにより静岡市及び沼津市に於いて研修を実施。 ・「衛経の推薦事務(実務)」(講師:日本政策金融公庫) ・「収益力向上、経営分析、経営環境」(講師:中小企業診断士) ・「労務、最低賃金、補助金活用」(講師:静岡労働局) ・「消費税軽減税率の概要と要点」(講師:名古屋国税局)</p>	<p>特相員研修 7/2、静岡市で開催。 8/22、沼津市で開催。 生活衛生関係営業における業界の自主的な実践活動として行う経営相談指導事業の強化を図るため、その業務上必要な知識の修得、資質と能力の養成・向上を図った。</p>

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
<p>(2)景気動向等調査事業 ア 景気動向調査 イ 経営状況調査 (本調査は平成24年度から実施) ・生衛業の経営の健全化や融資制度の充実等に活用</p>	<p>平成23年度意見・要望 ・当調査事業は、国の大切な経済活動の指標ともなるので必要と考えます。 ・時代の流れやお客様の動きがわかる事業であるので今後とも必要であると考えます。 ・調査は様々な機関で行われているため他機関のデータを活用するなど方法を再検討することも必要と考えます。 ・他の調査で十分であると考えます。</p> <p>○評価 ・全国一斉調査で生衛業の現状を把握するのに必要と思われるが、調査結果の活用に工夫を望む。</p>	<p>平成24年度事業 ・景気動向調査については、日本政策金融公庫の入札制度導入により行いが、今年度は全国指導センターが落札できなかったため実施なし。</p>	<p>・本事業は、従来、全国指導センターが日本政策金融公庫より委託を受け、それを各都道府県指導センターに委託していた。 ・厚生労働省の補助金事業として、全国指導センターが行う「生衛業経営状況実態調査事業」を各都道府県指導センターが受託し行っている。</p>
	<p>平成24年度意見・要望 特になし</p>	<p>平成25年度事業 ア 景気動向調査 ・対象企業:70企業(施設) ・調査実施時期:4回(4半期毎) (調査表の配布・回収・集計・全国センター報告) ・生活衛生関係営業の景気動向及び設備投資動向等を定期的把握</p> <p>イ 経営状況調査 ・平成25年度から回収率の下限設定(80%)に加え、成果主義が導入された。回収率の向上のため、単に組合に頼るのでなく、指導センターが関与した事業者を調査対象に含めるようにした。(経営状況調査は事業者の経営内容が調査対象になっているため、外部に出すことを躊躇するケースが多い。) ・調査結果を経営改善資料に活かせるよう工夫する。</p>	

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
<p>(平成26年度から、衛生水準の確保・向上事業を組み入れ)</p>	<p>平成25年度意見・要望 特になし</p>	<p>平成26年度事業</p> <p>ア 景気動向調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対象企業:70企業(施設) ・調査実施時期:4回(4半期毎) (調査表の配布・回収・集計・全国センター報告) ・生活衛生関係営業の景気動向及び設備投資動向等を定期的把握 	
		<p>イ 経営状況調査</p> <p>・経営状況調査は、調査対象が経営内容であることもあって、事業者の協力を得にくい面があり、回収率低減の要因となっている。平成25年度以降、成果主義の導入もあり、一定の回収率の確保が要請される。このため、指導センターが融資等で関与した事業者を調査対象にし、かつ、単に、調査だけでなく融資後の事後フォローとして経営相談等の事業と併せた形で実施し、回収率アップを図るものとする。</p>	
		<p>ウ 衛生水準の確保・向上事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・衛生水準の確保・向上事業推進会議の開催 ・生衛法等案内チラシ類等の配布 ・生衛業新規許可等店舗の情報収集と生衛組合への情報提供 	
	<p>平成26年度意見・要望 特になし</p>	<p>平成27年度事業</p> <p>ア 景気動向調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対象企業:70企業(施設) ・調査実施時期:4回(4半期毎) (調査表の配布・回収・集計・全国センター報告) ・生活衛生関係営業の景気動向及び設備投資動向等を定期的把握 <p>イ 経営状況調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生衛業の経営状況を定期的に把握して生衛業者への情報提供を行うとともに、生衛業の健全な発展と安定化を図るための衛生水準の確保向上に係る事業及び諸施策を検討・提言していくために、組合等アンケートを実施した。 ・組合の調査対象施設(合計70施設)に対し、調査票による調査等を実施した。 	

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>・静岡県は、東・中・西の地域に別れている。加入促進活動を一地域に絞ることも大事。</p> <p>・折角の金融公庫による融資制度。知られていないのでは。もっとPRを。</p> <p>・団体保険も組合加入のメリット。具体的にあった事例等(保険に入っていたおかげで助かった。)をパンフレット等に記載しPRを。利用者の声など。</p> <p>・団体保険総金額をうたうのではなく、例えば、1日〇〇円との表現では。</p> <p>・パンフレットの作成においては、業界用語等使わず、分かりやすく。</p> <p>・例えば、「生衛業」、「生衛組合」この言葉そのものも理解されないのでは。</p> <p>・「漢字」、「アルファベット」、「カタカナ」でなく、ひらがなで分かりやすく記載することも必要か。</p> <p>・組合加入のメリットは、交流することができること。</p> <p>・生衛業を知ってもらうには、何度でも、足を運ぶべき。</p> <p>・地域や業種も様々。個別に対応し、PRの仕方を分かりやすくするとともに、「生衛業」を知ってもらう努力を行なう。</p>	<p>ウ 衛生水準の確保・向上事業</p> <hr/> <p>・衛生水準の確保・向上事業推進会議の開催</p> <p>・生衛法等案内チラシ類等の配布</p> <p>・生衛業新規許可等店舗の情報収集と生衛組合への情報提供</p> <p>・NTT加入生衛業全てに、センター案内、組合加入案内をダイレクトメールにより送付</p> <p>・生活衛生同業組合に関するアンケート調査の実施</p>	<p>ダイレクトメールによる成果</p> <p>* ファックスによる相談等</p> <p>・センターへの融資等相談 7件</p> <p>・組合加入申込み 10件</p> <p>* 電話による問合せ 25件</p>

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成27年度意見・要望 特になし</p>	<p>平成28年度事業</p> <p>ア 景気動向調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対象企業:70企業(施設) ・調査実施時期:4回(4半期毎) (調査表の配布・回収・集計・全国センター報告) ・今年度から、第3回目の訪問面接調査は、調査先で遠距離等訪問面接になじまない依頼先については郵送とした。 ・生活衛生関係営業の景気動向及び設備投資動向等を定期的把握 <p>イ 経営状況調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営状況調査の調査対象が、売上等の実績のため小規模事業者にとって毎月の集計がめんどろと嫌がられる傾向にあり、回収率低迷(72.5%)の要因となっている。このため、適宜、調査対象者の入れ替えや訪問による協力依頼を行うことで、回収率の改善を図ることとしたが、年間回収件数は186件(回収率 66.4%)にとどまった。 <p>ウ 衛生水準の確保・向上事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・衛生水準の確保・向上事業推進会議の開催 ・推進月間の活用チラシ(私たちの生衛業、組合加入をおすすめします)を各組合が組合員、非組合員に配布する他、県内各保健所や日本政策金融公庫の県内各支店にも配置して周知に努めた。 ・生衛業新規許可等店舗の情報収集を実施してデータを生衛組合へ情報提供した。 ・新規組合勧誘の訪問が遠隔地等のため困難なケースについては、ダイレクトメールによる情報提供を実施した。 	

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成28年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成29年度事業</p> <p>ア 景気動向調査</p> <p>(株)日本政策金融公庫から全国生活衛生営業指導センターが受託し実施する調査であり、生衛業界の景気動向、設備投資動向等を定期的に把握するとともに、生衛業者の景況感や地域実情等の定期的把握に努めることを目的としている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対象企業:70企業(施設) ・調査実施時期:4回(四半期毎) (調査票の配布、回収、集計、全国センター報告) ・今年度は、第2回～第4回調査は郵送調査を行うので、遠距離等訪問面接になじまない依頼先については郵送とした。 <p>イ 経営状況調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生衛業の健全な発展と経営の安定化を図り、今後の生衛業に対する諸施策を検討・提言していくため、生衛業の経営状況調査を定期的に実施し、生衛業者に情報提供した。 ・経営状況調査の回収改善のために、協力を得られていない調査先に対しては、再度協力を得られるようにアプローチするとともに、協力を得られない調査対象については、対象先の入れ替えをして、回収率を改善するようにした。 <p>ウ 衛生水準の確保・向上事業</p> <p>消費者の生活に欠かすことができない生活衛生営業の組合組織が脆弱傾向にあることから、組織が行う基盤強化活動などを支援し、衛生水準の確保・向上を図る事業。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・活動をスムーズに行なうための推進会議の開催 ・加入促進等チラシ配布による広報事業 ・新規営業者名簿の情報提供 ・組織活性化のための研修会等の開催 ・行政機関等への生衛業支援の要請など 	<p>・Aグループ(42施設): 第1回～2回目調査・ 訪問面接調査、第3回 ～4回目調査・郵送調 査</p> <p>・Bグループ(28施設): 第1回目調査・訪問面 接調査、第2回～4回目 調査・郵送調査</p> <p>実績</p> <p>調査期間:29/4～30/3 調査回数:年間4回 調査対象先:70件 年間回収件数:189件</p>

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	平成29年度意見・要望	平成30年度事業	
		ア 景気動向調査	
特になし		<ul style="list-style-type: none"> ・対象企業:70企業(施設) ・調査実施時期:4回(4半期毎) (調査表の配布・回収・集計・全国センター報告) ・第1回及び第3回調査は訪問面接調査、第2回及び第4回調査は郵送による調査を行う。 ・生活衛生関係営業の景気動向及び設備投資動向等を定期的把握 	<ul style="list-style-type: none"> ・第1回、第3回調査…訪問調査 ・第2回、第4回調査…郵送調査
特になし		イ 経営状況調査 <ul style="list-style-type: none"> ・生衛業の健全な発展と経営の安定化を図り、今後の生衛業に対する諸施策を検討・提言していくため、生衛業の経営状況調査を定期的実施し、生衛業者に情報提供する。 ・経営状況調査の回収改善のために、協力を得られていない調査先に対しては、再度協力を得られるように依頼文を送付したり、直接訪問による協力要請するとともに、廃業者については対象先の入れ替えをするなどして、回収率の改善につなげる。 	計画 調査期間:30/4~31/3 調査回数:年間4回 調査対象先:70件
特になし		ウ 衛生水準の確保・向上事業 消費者の生活に欠かすことができない生活衛生営業の組合組織が脆弱傾向にあることから、組織が行う基盤強化活動などを支援し、衛生水準の確保・向上を図る事業。 <ul style="list-style-type: none"> ・活動をスムーズに行なうための推進会議の開催 ・加入促進等チラシ配布による広報事業 ・新規営業者名簿の情報提供 ・組織活性化のための研修会等の開催 ・行政機関等への生衛業支援の要請など 	

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考						
<p>(3)標準営業約款登録事業</p> <p>・安心、安全、清潔について信頼できる店(Sマーク登録店)の普及啓発</p>	<p>平成23年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・TVCMは、認知度を高めるには重要な手段であると考えます。 ・各事業者の法令順守のために必要と考えます。 ・再登録の減少、新規申請が伸びないことは、制度の認知度が低いのか、魅力に欠けるのかを見極め、事業の継続を図る必要があると考えます。 ・未登録店に対し、加入のメリット等が浸透していないのではないかと考えます。 ・必要性が低いので登録件数が減少していると考えます。 <p>○評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ・約款制度を消費者に認知してもらうことは大事である。消費者目線で発信力を高め差別化を図るなど改善を望む。 	<p>平成24年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者・利用者が「安全・安心な店舗」を選択するためにできた制度であるが、現在、消費者・利用者に利用されていない。そこで、広く消費者・利用者に「Sマーク」店の利用を促すため「シンボルマークである「Sマーク」」を広く啓発広報した。 <p>啓発方法</p> <ol style="list-style-type: none"> ①テレビ(CM、生出演・30秒告知) → 6月と11月に実施(募集期間) ②新聞 ③情報紙への広告掲載 ④消費者団体の会合での啓発 	<ul style="list-style-type: none"> ・各5業種の実店舗の動画によるCMを実施した。(実際に店舗従業員が出演すると反響は大きかった。:ロコミ) ・従来なかった電話での問合せ・概要の送付等があった。 ・実際、従業員が出演した「美容業」では、今までなかった新規申請が11件あり、減少傾向にあったものが増加に転じた。 						
	<p>平成24年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・標準営業約款登録業者の差別化と消費者への周知を図るためには、啓発事業の継続が必要と考えます。 ・テレビCMは、極めて効果的な啓発手法であるが、時期・やり方等に工夫が必要と考えます。 ・加入促進を図るためには、数値目標を定め、各組合と連携して取り組むことが大切と考えます。 ・組合に加入することにより、「賠償保険」に加入したとする制度の検討が必要と考えます。(組合加入促進に繋がる。) ・予算の有効活用を図るためには、各事業の費用対効果を念頭に推進することが重要と考えます。 	<p>平成25年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広く消費者・利用者に「Sマーク」店の利用を促すため「シンボルマークである「Sマーク」」を広く啓発広報した。 <ol style="list-style-type: none"> ①テレビ(CM、15秒) → 6月から11月まで毎週土曜日(17:30～18:00SBSくさデカ)にて実施 ②新聞(朝日新聞) 6月及び11月 12回掲載 ③該当5組合の目標・本部役員・支部役員の全店舗・各支部1店舗以上 以下 前年度に同じ 	<ul style="list-style-type: none"> ・平成23年度から3年計画で啓発強化 ・新規加入件数 <table border="1"> <tr> <td>23年度</td> <td>2件</td> </tr> <tr> <td>24年度</td> <td>11件</td> </tr> <tr> <td>25年度</td> <td>8件</td> </tr> </table>	23年度	2件	24年度	11件	25年度	8件
23年度	2件								
24年度	11件								
25年度	8件								

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成25年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テレビCMを拝見した。従業員が出ているのがアピールとなっている。今後も期待したい。 ・消費者団体連盟でも「Sマーク」の案内をしている。 ・知事は、「食の都構想」を提唱している。そこに、「Sマーク」を取り込めないか。 ・外国人が日本で、生衛業関係店舗をチョイスするときの一つの選択肢として「Sマーク」をとアピールしたら。 ・「Sマーク」のPRにおいて、メリット、デメリット両立併記もある。 ・「Sマーク」の制度を、日本人だけでなく、外国人にもアピールを。 ・許認可には講習が付きもの。「Sマーク」取得者は講習会免除かどうか。 ・日本では、許認可は国、県が主。民間導入は。 ・新規許認可取得者へのPRも必要。 	<p>平成26年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ①新聞(朝日新聞) 11月 8回掲載 ②該当5組合の目標-前年度に引き続き本部役員・支部役員の全店舗・各支部1店舗以上 以下 前年度に同じ 	<ul style="list-style-type: none"> ・平成23年度から3年計画で啓発強化 ・新規加入件数 23年度 2件 24年度 11件 25年度 8件 26年8月 3件
	<p>平成26年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テレビコマーシャルは、視覚に訴える良い手段、効果があるのでは。 ・新聞掲載は、発行部数、地域、客層等に違いがある。これらを考慮し、掲載を。 	<p>平成27年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ①新聞(静岡新聞)へ11月に題字下2回掲載 新聞(静岡新聞)へ11月に「アドポスト」に5回掲載 ②該当5組合の目標-前年度に引き続き本部役員・支部役員の全店舗・各支部1店舗以上の登録 以下 前年度に同じ 	<ul style="list-style-type: none"> ・新規加入件数 23年度 2件 24年度 11件 25年度 8件 26年度 4件
	<p>平成27年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新聞広告の一面全利用はどうか。 なお、費用面を考えると、フリーペーパーの利用やチラシの配布も考えられる。 また、登録店が直ぐ分かるように指導センターホームページ表示の工夫も必要。 ・約款登録者から幾らかの手数料を徴収しての一面掲載も考えられる。 	<p>平成28年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ①新聞(静岡新聞)へ11月に題字下2回掲載。 ②フリーペーパー(リビング静岡)へ11月に5回掲載。 ③該当5組合の目標-前年度に引き続き本部役員・支部役員の全店舗・各支部1店舗以上の登録 以下 前年度に同じ 	<ul style="list-style-type: none"> ・新規加入件数 23年度 2件 24年度 23件 25年度 8件 26年度 4件 27年度 1件

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成28年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「営業約款」この言葉そのものが、分からない、また、知らないのではないか。名称から見直す手もあるのでは。 ・登録することによって、売り上げがどうなのか。そんなデータを収集することが必要。関心を持たせないと。 ・登録した店舗では、ユニホームにプリント、あるいは、バッジ等の工夫もあるのでは。 ・Sマークがなければ、営業許可がされないと広がる。そういった話でないと承知しているが、消費者に選択していただくようにしなければいけない。Sマークを見て、安心・安全と考えてくれるのか、マークを見て「安心・安全で入れる店」と思っていたかかないといけない(商標に変更もあるのでは)。 ・ホテル旅館には、適と言ったマークもある。また、国際観光旅館のような。 ・どこどこから「三ツ星をいただいた」と言ったアプローチはどうか。消費者に評価していただかないと。 ・民泊等、新しい勢力が増えると、これらは課題となるが、外国人に対しては、外食の際、「Sマーク店なら安全・安心だよ」と伝えられると良い。外国人がお店を使うようになると、逆に日本人が敏感に反応する。 ・消費者が、Sマークを知っているのか疑問。利用度、関心度が低い。消費者としても正しい知識を得ないといけないと思う。かといって、いきつけのお店に、確かめるまではいかない。 ・消費者が、お店を選ぶようにならないといけない。 ・飲食店のSマーク取得が低い。安全・安心の見える化が機能を果たしていないのでは。 ・各都道府県単位での動きには限りがある。全国でキャンペーンを打つなど、「Sマークのお店を選びましょう」と言った大々的なコマーシャルをやる必要があるのでは。 県内で、三十数件では残念。Sマーク店に入りましょうとは言えない。 ・少ないとすれば、新しい方法(手法)が必要では。 ・クレジットカードを持つことによって、旅行保険に加入できる。Sマーク店に登録することによっての何らかのお得感があっても良い。 	<p>平成29年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ①「県民だより」11月号に広告掲載予定 ②「静岡県ホームページ」に11月1ヶ月バナー広告掲載予定 ③「標準営業約款」登録店舗あて、全国センター作成ポスター(A2版)及びチラシ(A4版)を配布 ④該当5組合の目標一前年度に引き続き本部役員・支部役員の全店舗、各支部1店舗以上の登録 	<ul style="list-style-type: none"> ・新規加入件数 23年度 2件 24年度 23件 25年度 8件 26年度 4件 27年度 1件 28年度 13件

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成29年度意見・要望</p> <p>Q 昨年の評価委員会からの意見等による取組みで、平成28年度新規加入者が増加したようだが？</p> <p>A 更新登録作業の際、組合役員等による未登録者への「声掛け」によるもの。</p>	<p>平成30年度事業</p> <p>①「県民だより」11月号に広告掲載予定</p> <p>②「静岡県ホームページ」に11月1ヶ月バナー広告掲載予定</p> <p>③該当5組合の目標一前年度に引き続き本部役員・支部役員の全店舗、各支部1店舗以上の登録</p>	<p>新規加入件数</p> <p>23年度 2 件</p> <p>24年度 23 件</p> <p>25年度 8 件</p> <p>26年度 4 件</p> <p>27年度 1 件</p> <p>28年度 13 件</p> <p>29年度 0 件</p>

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
<p>(4)クリーニング師等研修事業</p> <p>・クリーニング師及び取次店の業務従事者を対象とした研修会の開催</p>	<p>平成23年度意見・要望</p> <p>・クリーニング師や業務従事者の資質の向上は、利用者に利便を与える大切な事項と考えるので、業界の協力を得て充実を図る必要があると考える。</p> <p>・各事業者の法令順守のために必要と考えます。</p> <p>・研修会、講習会がマンネリ化しないよう特色を持たせる工夫が大事だと考えます。</p> <p>・受講者へのアンケートなどで受講率の向上に努める。</p> <p>・法で定めた研修事業の参加割合が100%でないのは理解できない。</p> <p>・法が悪いのか、参加者が悪いのか、良く精査すべきと考える。</p> <p>○評価</p> <p>・特に、業務従事者講習会においては、取次店と消費者とのトラブルに対する対応など消費者保護の立場(消費者目線)からの講習を取り入れるなど講習内容の改善を望む。</p>	<p>平成24年度事業</p> <p>・クリーニング師研修会・業務従事者講習会の事前打合せ会を開催し今年度の開催日程、会場、講師、研修・講習内容等を決定した。(6月26日)</p> <p>・全国指導センターにてクリーニング師について「受講済みポスター」を作成</p> <p>・業務従事者に対する「受講済みポスター」を全国指導センターでは作成しないとのことであるため、事前打合せ会で本県独自で作成することを決定した。</p> <p>・本県では、組合加入者の受講率は91%ぐらいであるが、組合外のアウトの受講率が、2割から3割であるため全体の受講率を下げている。このため、県衛生課にアウト対策及びクリーニング師の実態把握を実施するよう依頼した。</p>	
	<p>平成24年度意見・要望</p> <p>・研修済店舗の差別化を図るためには、当事業の継続と済証や楯の掲示等工夫が必要と考えます。</p>	<p>平成25年度事業</p> <p>・県庁衛生課、クリーニング組合等と連携し、受講率の向上に取り組むとともに、①終了証書に添えて受講済みポスターを作成し配布した。②クリーニング業務に従事するクリーニング師の実態把握を県衛生課に依頼した。</p> <p>○県衛生課、クリーニング組合及び協議会、当指導センターによる事前打合せ会を開催(7/9)した。</p>	<p>・第8クール(22～24年度)クリーニング師研修結果 受講者:870人 受講率:41.2%(全国14位) (全国平均受講率:32.5%)</p>
	<p>平成25年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成26年度事業</p> <p>県庁衛生課、クリーニング組合等と連携し、受講率の向上に取り組んだ。</p> <p>①終了証書に添えて受講済みポスターを作成し配布した。②クリーニング業務に従事するクリーニング師の実態把握を県衛生課に依頼した。</p> <p>○県衛生課、クリーニング組合及び協議会、当指導センターによる事前打合せ会の開催(7/14)し、受講率向上に向けて意見交換を実施した。</p>	<p>25年度研修結果 クリーニング師 134名 従事者 137名</p> <p>26年度予定 クリーニング師 約500名 従事者 約200名</p>

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成26年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成27年度事業</p> <p>・県庁衛生課、クリーニング組合等と連携し、受講率の向上に取り組んだ。 ①修了証書に添えて受講済みポスターを作成し配布した。②クリーニング業務に従事するクリーニング師の実態把握を県衛生課に依頼した。 ・県衛生課、クリーニング同業組合及び協議会、当指導センターによる事前打合せ会を開催(7/8)し、受講率向上に向けての意見交換を実施した。</p>	<p>26年度研修結果 クリーニング師 405名 従事者 163名</p> <p>27年度予定 クリーニング師 約230名 従事者 約140名</p>
	<p>平成27年度意見・要望</p> <p>・繊維等新しいものがどんどん出てくる。人も育てていくことも大事であり、3年に1度のクリーニング師等研修必要と思う。</p>	<p>平成28年度事業</p> <p>・県衛生課、クリーニング同業組合及び協議会、当指導センターによる事前打合せ会を開催(7/8)し、受講率向上に向けての意見交換を実施した。 ・受講率向上のため、クリーニング業務に従事するクリーニング師の実態把握を県衛生課に依頼した。</p>	<p>27年度研修結果 クリーニング師 217名 従事者 152名</p> <p>28年度予定 クリーニング師 約131名 従事者 約137名</p>
	<p>平成28年度意見・要望</p> <p>・利用クリーニング店は、高齢化で、事業の継続が難しいと聞いている。 また、店舗に行かず、集配による利用のことから、受講証の確認ができない。 新しい繊維等の研修は必要だ。 ・クリーニング師数の把握に難しいことがある。店舗の届出は提出されるが、廃業の届出が滞ることもある。 ・研修の受講率が、当初80%近くで、現在高い都道府県で66%。高水準の県を参考にすると良い。 ・法律に規定された受講。事業者は、コンプライアンスを重視しないとイケない。経営者に法律遵守をさせる運動も必要。意識改革を。 ・研修内容に、プラスアルファを。例えば、健康講習や防災に関するものなどは。</p>	<p>平成29年度事業</p> <p>県庁衛生課、クリーニング同業組合及び全国クリーニング協議会静岡支部(以下「協議会」という)と連携し、受講率の向上に取り組んでいる。 受講率向上のため、クリーニング業務に従事するクリーニング師の実態把握及び新規クリーニング師資格取得者名簿の提供を県衛生課に依頼した。 ・全国に置いてもクリーニング師等研修の減少が著しいことから、全国センターで研修等受講促進のための懇談会を開催している。その一環である全国センターで実施した「クリーニング師研修等に必要の名簿情報の取得状況に関する調べ」に協力した。 ・県衛生課、クリーニング同業組合及び協議会、当指導センターによる研修等事前打合せ会を開催(7/26)した。</p>	<p>28年度研修結果 クリーニング師 116名 従事者 130名</p> <p>29年度予定 クリーニング師 約405名 従事者 約163名</p>

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考								
	<p>平成29年度意見・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クリーニング店に、洗濯物が長く保管されている状況がある旨、報道されていた。元々は、各家庭への集配による形態が多かったが、現在は、取次店で扱うものも多い。 ・お店で、保管するというビジネスもあるのでは。 	<p>平成30年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クリーニング師研修の受講率向上のため、クリーニング所の情報提供(公文書開示請求)を県衛生課及び政令市保健所に依頼した。 ・県衛生課、クリーニング同業組合及び協議会、当指導センターによる研修等事前打合せ会を開催(7/19)した。 ・全国センターが行うクリーニング師研修受講勸奨のダイレクトメールに協力し、県内の全クリーニング所あて周知した。(9月発送) 	<p>29年度研修結果</p> <table border="0"> <tr> <td>クリーニング師</td> <td>336名</td> </tr> <tr> <td>従事者</td> <td>160名</td> </tr> </table> <p>30年度予定</p> <table border="0"> <tr> <td>クリーニング師</td> <td>約250名</td> </tr> <tr> <td>従事者</td> <td>約200名</td> </tr> </table>	クリーニング師	336名	従事者	160名	クリーニング師	約250名	従事者	約200名
クリーニング師	336名										
従事者	160名										
クリーニング師	約250名										
従事者	約200名										

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
その他	<p>平成23年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	平成24年度事業	
	<p>平成24年度意見・要望</p> <p>・予算の有効活用を図るためには、各事業の費用対効果を念頭に推進することが重要と考えます。</p> <p>・生衛業の活性化を図るためには、生活文化、食文化、お茶文化等の向上や発信に努めるとともに、生衛組合の連携した運動としての取組みが重要であると考えます</p>	平成25年度事業	
	<p>平成25年度意見・要望</p> <p>1 各生衛業組合への組合加入状況</p> <p>・組合加入に地域性があるように思う。加入メリットが有るのは分かるが、加入せずとも営業ができる、組合加入メリットについて、もう少し工夫を。</p> <p>・新規開店時に、組合の存在について、きちっと案内することが必要。</p> <p>・営業の許認可を厳しくし、組合加入をすることによりそのハードルを下げ組合に誘導という考えもあるが、国や県の施策では、創業・開業を当然増やそうとしている。基準のハードルが高ければ開業すらままならない。</p> <p>2 その他意見・提案(全体を通して)</p> <p>飲食店の形態も随分変わってきた。デパ地下でお鮓が買える時代。伝統文化は大事であるが、変化も必要。</p> <p>生衛業に大手が参加し、苦勞している。大手を真似ても何も出来ない、競争をするのではなく、大手が出来ないことをやる。大手も、小さな店から発展。創意工夫を。</p> <p>アベノミクス、オリンピック、富士山世界遺産登録と生衛業に良い風ではないか。海外、県外から美味しいものを、また景観を求めて、やってくる。「おもてなし」の心で。</p>	<p>平成26年度事業</p> <p>生衛業の衛生基準を遵守し、及び衛生施設の維持向上を組織的に対応する組合は、衛生行政の推進に重要な社会基盤であるが、組合員の意識の希薄化や組合員減少による脆弱化が深刻な状況にあることから、センター、組合連合会、各組合が一体となり、また保健所等行政機関等の協力を仰ぎながら、平成26年度生活衛生関係営業「衛生水準の確保事業」を実施し、制度の普及や組合活動の活性化を図る。</p> <p>・各組合、行政機関等との連絡会の開催</p> <p>・新規許可取得者への各組合員の訪問案内</p> <p>・保健所等での講習会等での組合紹介</p>	
	<p>平成26年度意見・要望</p> <p>その他意見・提案</p> <p>・静岡県への外国人観光客が多くなることも予想される。「ハラル」の認証への取組みもある。</p> <p>・商工会議所は、地域の窓口。利用していただきたい。</p>	<p>平成27年度事業</p> <p>・飲食業、ホテル旅館両組合</p> <p>ムスリム観光客受け入れに向けた飲食業、ホテル旅館の対応についてのワーキンググループの立上げと調査研究、対応マニュアルの作成</p>	

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成27年度意見・要望</p> <p>* 主に、生衛業の発展等について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生活衛生営業を取り巻く環境が変わってきている。例えば、ビジネスホテルでは、朝食付きで4,000円で泊まれる。今の旅館形態では、太刀打ちが難しいのでは。 ・また、コンビニでは魚の煮付けも売られ、安くて、美味しい。東京駅では、全国の駅弁が買える。様々な変化が起きている。 ・流通の変化(職人が、ホームセンターに)も大きい。生衛業も変化を。 ・消費者のお店選びは、ネットや口コミから。子育て中の家族には、ペピーカーが入りやすいお店を。大型店でなく、小洒落たお店も良い。まだ、まだ、工夫できるのでは。 ・生産性の向上がサービス業の課題。生衛業も勉強していくことが必要。 ・静岡県の後継者不足は、賃金が安いからか。給与が安く、一方で物価は高い。若者の県外流出がある。 ・事業をやる人が減れば、当然、競争相手も減る。したがって、サービスの料金を上げてても客がついて来る。料金を上げるのか、下げるのか、これからは、様々な分野で二極化が進むのでは。変化が起こっており、工夫と知恵が大切。 <p>* 他、主に、組合活性化等について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまでの評価委員会各委員からの意見等が大きく変わってはいない。確実に実行していくことが大事。 ・活性化の行動を着実に実行すること。 ・事業所が減っているのも事実。存在感を示し、ウルトラCでなく、着実の一つ一つを。 ・消費者あつての生衛業。消費者を巻き込んでの行動を。 ・生衛業界の衛生レベルは、上がっている。自主管理による衛生確保が進んできている。 ・規制緩和の方向にあるが、食品の安全に対する緩和はない。許認可の早さ、手続きの煩わしさの緩和は求められている。新規参入が容易となるが、雇用拡大もある。既存業者との兼ね合いを慎重に対応する。 	<p>平成28年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存の事業を活用し、生衛業の経営の発展等を図っていく。 <p>* センター、組合連合会、各組合、また保健所等行政機関並びに日本公庫等関係機関の協力の元、平成28年度の「衛生水準の確保・向上事業」(組合活動の活性化事業)で定めた「行動計画」を着実実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・推進会議の開催 ・広報事業の実施 ・新規営業許可等店舗の収集と情報提供 ・静岡県生衛大会の開催 ・衛生管理セミナーの開催 ・行政機関等への生衛業支援要請 	

事業名	評価委員会からの意見・要望	事業の取組み(特に、推進する事項など)	備考
	<p>平成28年度意見・要望</p> <p>環境変化が生じている。後継者問題、最低賃金の上昇、人口の減少と高齢化、人手不などから、ライフスタイルも変わり、食生活も変わってきている。</p> <p>お茶もペットボトルや、急須に茶葉を入れて飲むより、粉茶の方が楽だ。ごみを捨てる手間もない。</p> <p>消費のあり方が大きく変わってきている。生衛業に影響を与えたコンビニもどう変化するのか。大きくなっていくのか。</p> <p>様々な変化に対応していかないと。</p>	<p>平成29年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生活衛生関係営業者の収益力向上等を目的に、研修会を開催するとともに、相談窓口を設置。 ・生衛大会パンフレットや指導センター広報紙に、最低賃金上昇に係る記事等を掲載。 	<p>研修会 平成29年6月20日</p>
	<p>平成29年度意見・要望</p> <p>特になし</p>	<p>平成30年度事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生活衛生関係営業者の収益力向上等を目的に、セミナーを開催する。 ・生衛大会パンフレットや指導センター広報紙に、最低賃金上昇に係る記事等を掲載。 	<p>セミナー 平成30年11月14日 (生衛大会講演会)</p>

3 平成 29 年度各事業の実績等

1 国・県補助事業（生活衛生関係営業衛生確保等指導事業）

(1) 相談指導事業

ア 中央相談指導事業

生活衛生関係営業（以下「生衛業」と言う。）者、一般消費者・利用者の相談や要望に対応するため、当指導センターの相談室において、生衛業者に対する経営相談や衛生水準の維持向上のために要す運転資金・設備資金等の融資相談、創業希望者への利用可能な融資制度及び日本政策金融公庫の借入手続きの説明を行った。

また、消費者の生衛業者の利用等に係る苦情等に関する相談指導を実施した。

○実績

相談内容	融資相談	経営相談	衛生相談	苦情相談	その他	計
相談件数	56 件	36 件	23 件	3 件	3 件	121 件

・融資申込実績：衛経貸付： 3 件 800 万円 一般貸付： 44 件 9 億 1,686 万円
振興貸付：140 件 10 億 7,247 万円

イ 出張相談指導事業

生衛業者及び生衛業の創業希望者等の要望や相談により広く対応するため、食品衛生協会や保健所で開催する「食品衛生責任者養成講習会」、許可更新時の「食品衛生責任者衛生管理講習会」及び各生衛業者の会合の場に出向いて融資相談等の指導を実施している他、個別に生衛業者へ訪問指導を実施した。

○実績

(ア) 食品衛生責任者養成講習会等の出張相談

実施回数（延べ人員）	相談内容及び件数
23 回（23 人）	融資 81 件、税務 33 件、衛生 3 件、経営 7 件（合計 124 件）

(イ) 訪問指導

実施回数（延べ人員）	相談内容及び件数
30 施設（30 人）	融資 3 件、経営 27 件（合計 30 件）

ウ 生衛業経営改善資金融資等指導事業

日本政策金融公庫が取り扱う無担保・無保証の融資制度である衛経融資の利用促進を図るため、経営特別相談員による相談指導業務を行った。

また、各生活衛生同業組合（以下「生衛組合」という。）、日本政策金融公庫、当指導センター三者による「融資説明会」を開催することによる情報の共有化を図るとともに、経営特別相談員の活動を指導・支援した。

○実績

経営特別相談員による融資相談件数（延べ日数）	融資説明会の開催 (各組合事務局、日本公庫、指導センター)
70 件(70 日)	7 月 11 日

・融資申込実績： 3 件 800 万円

エ 生衛業再生特別支援事業

相談指導業務を実施しているなかで事業者の要請があり、かつ、一層の経営改善できるように、専門家の指導が必要であると判断した事案に対しては、経営の健全化・再生支援を支援するため、中小企業診断士による支援を行った。

○実績 指導件数：4件

オ 分野調整事業

大企業等の事業進出による既存生衛業者との紛争を解決するための調査、調整を行う事業である。調整事案の発生はなかったが、発生の際、速やかに対応ができるよう、協議会を開催し、他県の事例を参考にした検討や生衛業に関する現状等情報交換を実施し、委員内での情報の共有化を図った。

○実績

協議会開催	相談内容及び件数
平成30年1月25日（会長 大坪檀ほか委員9名で構成）	県ホテル旅館生活衛生同業組合から県内ホテル旅館の現状や営業者を取巻く経営環境の動向等の情報提供に基づき、意見交換を実施し、委員間で情報の共有を図った。

◎各事業の効果等

ア 中央相談指導事業

生衛業者、一般消費者・利用者から各種の相談を受け入ることができるように、指導センターの認知度を向上させる必要がある。また、関係機関と連携を密にして、できる限り、ワンストップで済ませられるような取組が求められる。

イ 出張相談指導事業

指導センターや日本政策金融公庫を知らない人も多くいるなか、指導センターや日本政策金融公庫の事業内容を生衛業者や一般消費者・利用者に対し、広く周知させるためにも、積極的に外に出て行くことで、不足分のカバーができるものと思料される。

ウ 生衛業経営改善資金融資等指導事業（衛経融資等）

生衛業者にとって、無担保・無保証で融資が受けられる有利な制度でありながら、利用者が減少している現状があり、関係団体と連携しながら、経営特別相談員の活動を支援することで、利用者の増加が見込まれる。

エ 生衛業再生特別支援事業

個々の生衛業者の自力での解決が難しい事業再生や経営改善計画の策定を、第三者的な立場から客観的に見る機会を得ることは、解決の糸口ができ易くなり、生衛業者の支援となると考えられる。

オ 分野調整事業

大企業等との紛争の解決、生衛業の経営の安定化が図れる。

(2) 情報化整備事業

生衛業者、生衛組合及び消費者のニーズに的確に対応するため、平成12年度よりホームページを開設し、生衛業関連情報の提供を行うとともに、事務の効率化等円滑な業務運営を図るため、情報の収集・蓄積やシステム構築に努めた。

特に、生衛組合事務局と「情報化委員会」（各組合担当者11人で構成）を開催し、内容の充実に努めた。

○実績

委員会の開催日	主な内容	ホームページ閲覧回数
平成 29 年 12 月 13 日	・ホームページ等の情報発信の現状について ・「ウェブマーケティング基礎講座」のセミナーを開催	19,937 回 (対前年比 122.0%)

◎事業の効果等

生衛業者、一般消費者・利用者の多様化する要望を踏まえた環境整備と情報発信力を兼ね備えた事業が求められる。また、ホームページの充実により、指導センターの認知度向上や衛生面に係る情報提供を通じた公益性の確保が求められる。

(3) 後継者育成支援事業

生衛業への理解と就業支援のため、高校生や大学生などを対象としたインターンシップモデル事業（地域参加型出前授業）を実施した。

○実績

後継者育成支援協議会(森川理事長ほか委員9名で構成)：4月21日・2月2日 開催
鮨商組合：高校生及び短大生を対象とした寿司講習会（2校開催、77人参加） 料理業組合：高校生及び短大生を対象とした料理講習会（7校開催、682参加） 理容組合：小学校を対象にした体験学習（1校開催、98人参加） 美容業組合：小学生を対象にした体験学習（1箇所開催、54人参加）

◎事業の効果等

それぞれの職業の歴史紹介や職業体験・実演などを通して、高校生や短大生などに「職業観の育成」・「職業人のイメージアップ」・「職業選択の幅の拡大」などに寄与するとともに、本事業に参加した生徒で現在板前をしている人もいるなど、一部には「将来の職業」へと繋がっている。

2 静岡県単独補助事業

(1) 生活衛生関係営業対策事業

生衛業関係者等に対し、消費者ニーズの高度化・多様化等消費構造の変化に的確に対応し、経営基盤の強化を図るため、次の事業を行った。

ア サービス向上事業

(ア) センター事業

経営セミナーや研修会及び消費者団体連盟との意見交換会等の開催

○実績

項目	回数(回)	参加者(人)
セミナー等	10	646
意見交換会等	3	102
勉強会	1	127

(イ) 組合事業

サービスの質を向上や競争力を強化するために各組合が取組む事業に対する支援

○実績

実施組合	内 容
鮪商、麺類業、社交飲食業、料理業、食肉、映画興行協会、ホテル旅館、クリーニング 合計 8 組合	すしの日キャンペーン、独自組合PR冊子の作成、また各種研修会を実施

イ 人材育成事業

(ア) センター事業

人材育成のためのITを活用した研修を行った。

○実績

講座名	回 数 (回)	参加者 (人)
エクセル基礎講座 (売上表作成)	1	4
デジカメ講座	1	6
ワードでチラシ作成講座	1	6
ホームページ作成講座	1	6
パワーポイント講座	1	4
合 計	5	26

(イ) 組合事業

新技術・高度技術に対応した技能等を向上・強化するために各組合が取組む事業に対する支援

○実績

実施組合	内 容
飲食業、理容、美容業 合計 3 組合	事業継続研修会、理・美容新技術研修会等

ウ 健康・環境対策事業

(ア) センター事業

県民の健康維持・増進のため飲食店における栄養成分表示支援や外食利用者に高等学校、飲食店等を利用して栄養講習会等を行った。

○実績

項 目	回数等	参加者
栄養成分表示事業	5 店舗	—
栄養講習等	高 校	2 校 3 回 (*1)
	消費者	県内 26 箇所

*1 静岡県立松崎高等学校、静岡県立静岡農業高等学校

・健康増進のための研修用冊子「健康な食事を考える」を作成

(イ) 組合事業

県民の健康増進への貢献のために組合が取組む事業に対する支援。

○実績

実施組合	内 容
公衆浴場業	健康入浴

エ 効果検証・公表事業

指導センターが実施する相談指導、研修等事業の効果的運営を図るため、外部委員からなる事業評価委員会を開催し、意見、提案等を業務に反映させるとともに、その内容等を公表した。

○実績

- ・事業評価委員会：会長 大坪檀（静岡産業大学総合研究所所長）他外部委員5名
- ・事業評価委員会の開催：平成29年10月11日
平成29年10月11日 平成29年度事業の内容及び進捗について説明
- ・事業評価の公表：当指導センターホームページにて公表

◎事業の効果等

営業者向けの研修や生活衛生同業組合の活動を支援することで、営業者の技術、サービス等の質の向上を高め、営業施設の衛生水準の維持・向上を図れる。

(2) 公衆衛生活動事業

生衛業者、一般消費者・利用者への公衆衛生の周知並びに活動支援や情報収集等を実施し、組合員への指導を通して生衛業の活性化を図るため、以下の事業を実施した。

- ア 日本政策金融公庫資金融資に係る推薦事務及び指導
- イ 生衛組合及び指導センター役職員の研修会等への参加
- ウ 広報紙、パンフレット等作成配布
- エ 経営特別相談員の活動中の事故に備えた交通事故傷害保険への加入

○実績

融資推薦・指導	研修会等参加回数	広報紙等の作成配布	傷害保険加入
一般：44件 衛経：3件	3回	「生衛しずおか」3,500部	特相員全員加入 42人

- ・研修会：「経営セミナー（島根会場、鹿児島会場）」
- ・見学会：東京ビックサイト会場の「フード・ケイタリングショー」

◎事業の効果等

広く県民に公衆衛生思想の普及を図るための様々の活動を支援する必要があり、そのことを通して生衛業の活性化に結びつく取組みが求められる。

3 県受託事業

(1) 生活衛生営業指導業務委託事業

理容、美容、興行、公衆浴場及びクリーニングの5業種についての衛生水準の維持向上を図るため、県の委託事業として、各生衛組合から推薦された生活衛生営業指導員による施設の構造設備及び衛生管理に関する巡回指導を行った。

○実績

理容業	美容業	興行場	公衆浴場	クリーニング業	合計
808件	910件	4件	5件	183件	1,910件

◎事業の効果等

生衛業者の衛生水準の維持向上を図るとともに、一般消費者・利用者に対する安心・安全な環境を提供するために生衛業者の積極的な取り組みが求められる。

4 全国生活衛生営業指導センター受託事業

(1) 経営特別相談員研修事業

経営特別相談員が経営や融資に関する情報を蓄積し、生衛業者の相談指導に適切に対応するため、研修会を開催した。

○実績

特別相談員数	研修会開催回数(参加者数)
42人(年度当初)	1回(静岡市で8月2日開催)(25人)

・研修内容：生衛行政の現状と動向、生衛業を巡る消費者動向等経営環境のトレンド、生活衛生資金貸付の現状と課題

◎事業の効果等

経営指導員の地域での活動の際必要とされる経営や融資に関する情報を蓄積することができる。

(2) 景気動向調査事業

生衛業の健全な発展や融資制度の充実を図るため、業界の景気動向、設備投資動向等を定期的に調査した。

○実績

調査実施月	四半期ごと(6、9、12、2月)
調査対象数	70件
調査項目	業歴、企業形態、業界全体の動向・見通し、設備投資の実績や計画、経営上の問題点、資金繰りなど

◎事業の効果等

株式会社日本政策金融公庫から全国生活衛生指導センターが受託し実施する調査であり、日本公庫の今後の業務運営に資することを目的としたものである。

(3) 経営状況調査等事業

生衛業の健全な発展と経営の安定化を図り、今後の生衛業に対する諸施策を検討・提言していくため、生衛業の経営状況調査を定期的実施し、生衛業者に情報提供するとともに、衛生水準の確保向上に係る協議会等を開催した。

○実績

ア 経営状況調査

調査実施月	四半期ごと(6、9、12、2月)
調査対象数	70件
調査項目	月次売上、原材料費・仕入原価、粗利益、客数、営業日数、人件費など

イ 衛生水準の確保・向上事業

衛生水準の確保・向上事業推進会議の開催	平成 29 年 10 月 6 日
広報事業（案内チラシ類等の配布）	組合、行政機関等への配布 32,690 部 営業者あて DM 送付 1,506 箇所
生衛業新規許可等店舗の情報収集と生衛組合への情報提供	約 3,600 件

◎事業の効果等

生衛業の経営状況等の把握と情報の共有、並びに生衛業者の経営の安定、生衛組合の活性化が図られる。

(4) 標準営業約款登録事業

消費者の店舗選択の利便(消費者の利益擁護)を図ることを目的として創設された登録制度の浸透を図るため、次の事業を行った。

ア 標準営業約款の登録事務

対象 5 業種(理容店、美容店、クリーニング店、めん類飲食店及び一般飲食店)の新規登録及び再登録の事務を行った。

○実績

業 種	登録施設数 (年度当初)	新規登録	更新登録	登録抹消	登録施設数 (年度末)	
理 容 業	1,083	0	16	8	1,075	
美 容 業	98	0	3	4	94	
クリーニング業	業	110	0	22	12	98
	取次店	9	0	4	1	8
めん類飲食店営業	16	0	0	0	16	
一般飲食店営業	32	0	1	0	32	
計	1,348	0	46	25	1,323	

イ 普及啓発

標準営業約款登録制度について、一般消費者及び業界への周知を図り、業界と連携して新規登録者の掘り起しを実施した。

○実績

- 「しずおか県民だより」(静岡県広報紙)への掲載
 - ・Sマークの紹介記事 11月号
- 「ふじのくに」(静岡県公式ホームページ)へのバナー広告
 - ・県政情報に掲載 11月中
- 「第17回消費者フォーラム」冊子への広告掲載
 - ・静岡県消費者団体連盟発行、2月21日フォーラム開催時配布

◎事業の効果等

新規登録者の確保及び再登録者の維持に基づく取組が求められる。

(5) クリーニング師研修等事業

クリーニング師等の資質の向上並びに業務従事者の知識の修得を図るため、厚生労働大臣が定めた基準に従い研修を行った。

(研修・講習とも、3年を超えない期間ごとの受講義務が法に定められている。)

○実績

区 分	クリーニング師研修	業務従事者講習会
開催回数	3回	3回
受講者数	336人	160人

◎事業の効果等

質の高いクリーニングサービスが提供される。