

平成 17 年度 生活衛生業の経営基盤支援事業調査報告書（概要版）

・ すし業、中華料理業、飲食業 ・

平成 18 年 3 月

財団法人 東京都生活衛生営業指導センター

生活衛生関係営業は、大変厳しい経営環境にあります。そこで営業者を対象に、後継者の確保、IT（情報技術）化への対応、組合の評価、経営上の工夫等についてアンケート調査を実施し、その問題点を把握することとし、平成 17 年度は、すし業、中華料理業及び飲食業を対象にしました。

調査の実施方法

設置した「経営基盤支援事業検討委員会」の意見をもとにして行った。

(1) 調査方法・対象

東京都生活衛生同業組合員 600 人、非組合員 938 人を対象とし、関連協力機関を通じて配付回収を行った。

(2) 調査期間

平成 17 年 12 月～平成 18 年 2 月

(3) 有効回収数

全回収数は 640 通（回収率 41.6%）

(4) 協力機関名

東京都鮪商生活衛生同業組合、東京都中華料理生活衛生同業組合、東京都飲食業生活衛生同業組合

アンケート回答者の属性

(1) 性別

組合員は、男性からの回答がすし業 78%、中華料理 87%、飲食業 62%であり、非組合員では 3 業種とも男性からの回答が 60%以上と多い。

(2) 年代

3 業種とも、組合員は 60 代が、非組合員では 50 代が一番多い。

(3) お店の形態

組合員は、すし業と中華料理業は自己所有が 60%以上であるが、飲食業では賃貸が多い。非組合員では、3 業種とも賃貸が多い。

(4) 従業者数（パート、アルバイトを含む）

組合員は、3 業種とも 4 人以下の営業が 60%近い。飲食業の 14%が 1 人での営業である。非組合員の場合も 4 人以下の営業が 40%以上であり、少人数の経営状態である。

(5) お店の立地条件

組合員は、3 業種とも商店街と住宅街での営業が合わせて 70%以上と多く、特に、飲食業では商店街での立地が 65%と集中している。非組合員は、商店街と住宅街での営業が合わせて 50%以上である。

（財）東京都生活衛生営業指導センターとは、生活衛生業すなわち飲食業やサービス業（理容業、美容業、興行業、クリーニング、公衆浴場、ホテル・旅館、簡易宿泊）及び販売業（食鳥肉販売、冰雪販売）などの営業における衛生施設の改善向上、経営の健全化と振興、衛生水準の維持向上、利用者・消費者の利益擁護などを目的とした公益法人です。

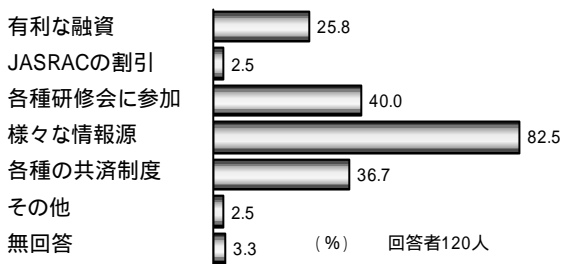
アンケート調査の分析結果：回答集計と要望などについて

1 東京都館商生活衛生同業組合員

生活衛生同業組合への加入と組合広報活動

組合加入のメリットは、様々な情報源、各種の研修会、共済制度などが挙げられる。
 組合のホームページの周知効果は76%と大きい。
 すし券は86%が取り扱っており、普及効果が大きい。

組合加入のメリット【複数回答可、以下同様】



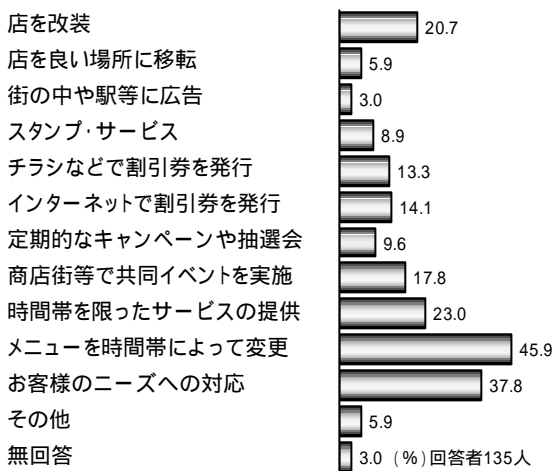
営業向上の取り組みとIT（情報技術）化の対応

お客獲得の工夫は、メニューを時間帯で変更、お客ニーズへ対応、お店を改装、時間帯を限ったサービス提供などが多く、いわゆるタイムサービスは、69%が実施している。

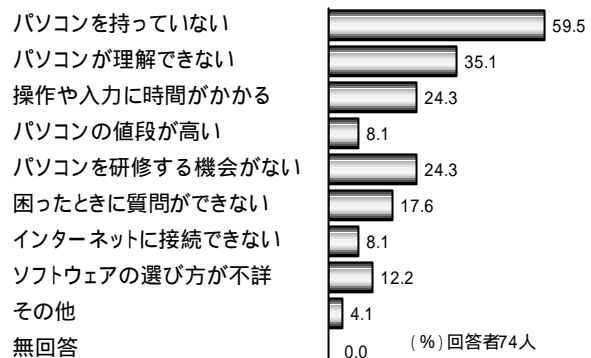
ITの効果としては、お客の増加、情報入手、情報交換やコミュニケーションツールとしての利用などである。

IT化の障害は、パソコンがない、パソコンが理解できない、パソコンの操作や入力の問題、パソコン研修の機会不足などである。

工夫の内容



IT化の障害となっている理由

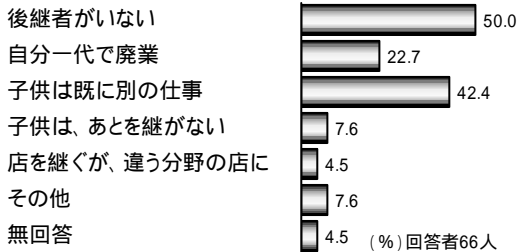


後継者問題と他業種との連携

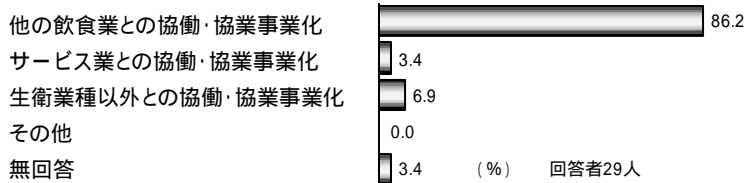
後継者問題では、悩んでいないが54%、悩んでいるが34%、その理由は、後継者がいない、後継者が他に就業しているなどである。

他業種との連携を検討していないは59%で、検討している内容は、他の飲食業との協働・協業が86%であるが、生衛業以外やサービス業との連携には慎重である。

後継者問題で悩んでいる理由



他業種との連携を検討している内容



生活衛生同業組合への要望

- ・ インターネットのホームページの作成やメニュー表、チラシ等を作りたい。
- ・ もっと時代の最先端を生きている方の講習会を開いて欲しい。他業種の方やテレビやマスコミに出演している方、地方で成功している方の話も聞いてみたい。多少は有料(2,000円~3,000円)でもいい。
- ・ すし券の取扱いはもっと店側にメリットが欲しい。
- ・ 今はインターネット等で色々な情報を得られるので昔のように組合のメリットを感じない。
- ・ 外郭団体も重要だけど組合員内部のことも考えて欲しい。
- ・ テレビの時代でありマスコミをもっと利用して欲しい。
- ・ 若い人が鮭店にどんどん就職してくるような活動が必要である(例えば、学校などで寿司の良さをアピールする)
- ・ 融資制度と補助金制度を充実して欲しい。

2 鮭商非組合員

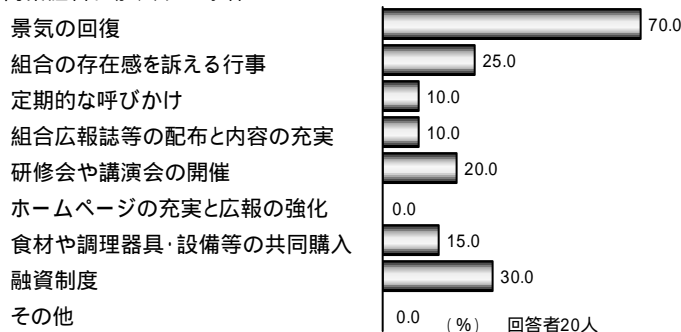
生活衛生同業組合への加入と組合広報活動

組合の存在は、知っている方が69%、実際の活動内容についてはその73%が知らない。

組合加入のためには、景気の回復がトップであり、融資制度、組合の存在感を訴える行事、経営上のヒントが得られる研修会や講演会が続く。

イベントとしては、69%が恵方巻販売の予定はない。すしの日のキャンペーンは、85%が予定はない。

同業組合に加入する条件

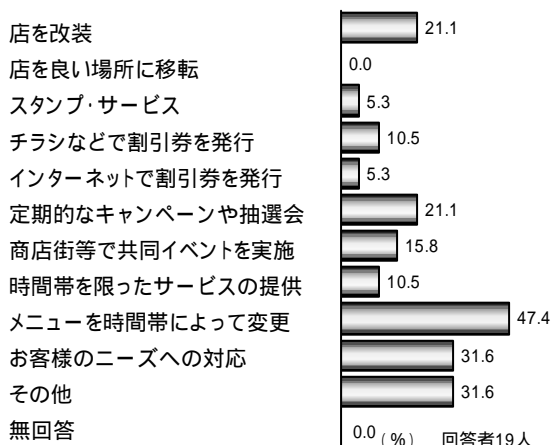


営業向上の取り組みとIT化の対応

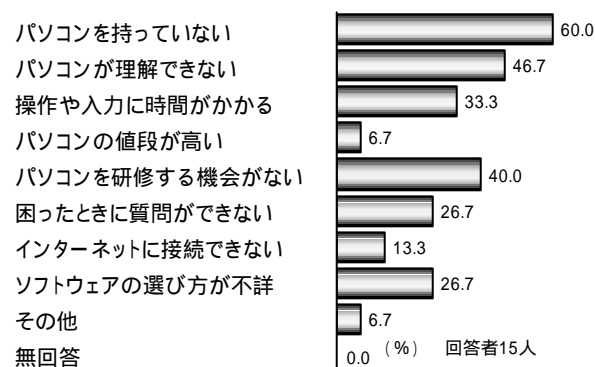
お客獲得の工夫は、メニューを時間帯で変更、お客ニーズへ対応、お店改装、定期的なキャンペーンや抽選会などである。

ITへの対応は、69%が行っていない。IT化の障害は、パソコンがない、パソコンが理解できない、パソコン研修の機会不足、パソコンの操作や入力の問題などである。

工夫の内容



IT化の障害となっている理由

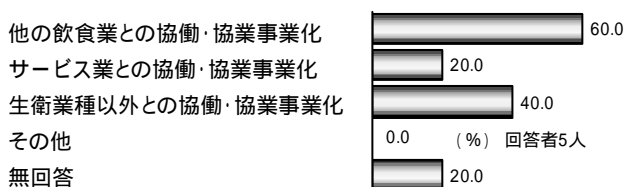


後継者問題と他業種との連携

後継者問題では、悩んでいないが69%で悩んでいるが23%、その理由は、後継者がいない、廃業を決意、後継者が他に就業しているなどである。

他業種との連携は65%が検討していない。検討している内容は、他の飲食業との協働・協業及び生衛業以外との協働・協業に大別される。

他業種との連携を検討している内容



生活衛生同業組合への要望

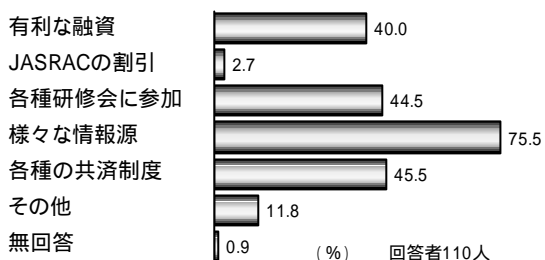
- ・ すし商品券は全国共通にして欲しい。
- ・ 最近近くの鮎屋がなくなりその存在しか知らない。すし券がたまにまわってくるが使えるかどうかわからない。
- ・ 経営して6年間、組合のことなど関心なくやってきた。今回初めてアンケートに回答する。
- ・ 従業員を紹介していただきたい。組合の役員さんには感謝しています。年間を通じて色々な情報や勉強会を実施してくれるけれど、個人個人の店にあった方法を自分で考えて、長年のキャリアを活かすのがベターと思う。机上の数字や汗をながさないアドバイスは効果があったためしがない。

3 東京都中華料理生活衛生同業組合員

生活衛生同業組合への加入関係と組合広報活動

組合加入のメリットは、様々な情報源、各種の共済制度、研修会、融資制度などが挙げられる。
 組合のホームページの周知効果は73%と大きい。
 組合資材部による共同購入を45%が利用し、中華まつりには、86%が参加している。

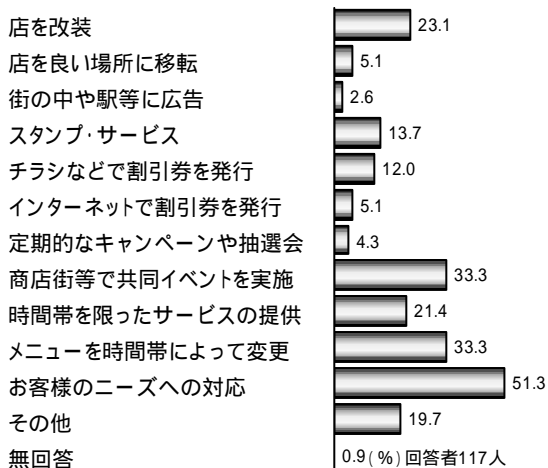
組合加入のメリット



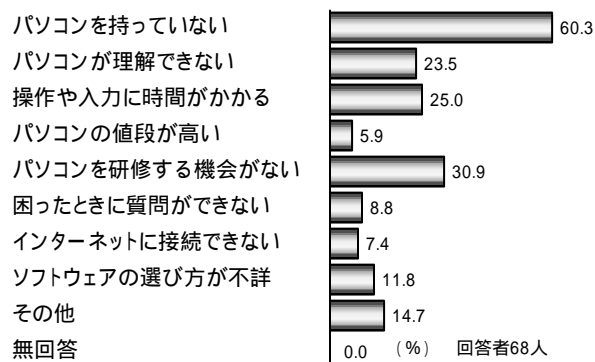
営業向上の取り組みとIT化の対応

お客獲得の工夫は、お客様のニーズへ対応、商店街や同業者との共同イベント、メニューを時間帯で変更、お店を改装、時間帯を限ったサービスなどが多く、タイムサービスは、55%で実施している。
 ITの効果としては、情報入手、お客様の増加、経営・事務処理の効率化、コスト削減などである。
 IT化の障害は、パソコンがない、パソコン研修の機会不足、パソコンの操作や入力の問題、パソコンが理解できないなどである。

工夫の内容



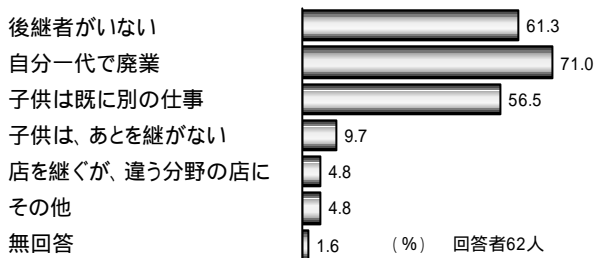
IT化の障害となっている理由



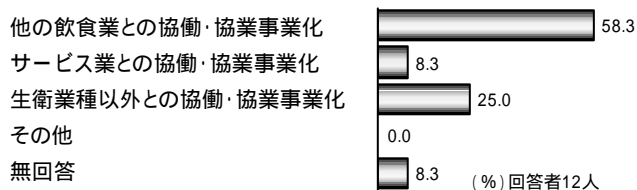
後継者問題と他業種との連携

後継者問題では、悩んでいないが54%、悩んでいるが38%、その理由は、既に廃業を決意、後継者がいない、後継者が他に就業しているなどである。
 他業種との連携を検討していないは71%で、検討している方は、他の飲食業との協働・協業が58%であるが、生衛業以外やサービス業との連携も25%が検討している。

後継者問題で悩んでいる理由



他業種との連携を検討している内容



生活衛生同業組合への要望

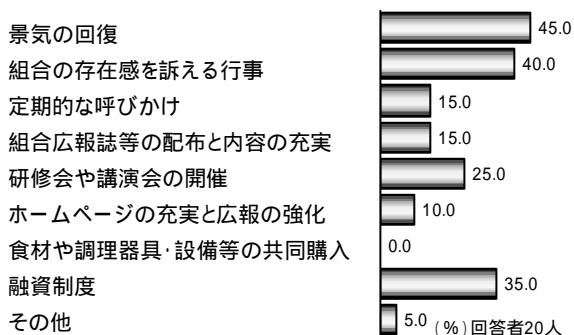
- ・ 総代会、全国大会、料理講習会、地域の会合、各会合などに参加、出席することによって他組合員の色々な話の中にきらりと光るヒントが間々ある。人とのつきあいは宝の山と思っている。
- ・ 経営改善の為に中華料理店舗の収益拡大に関する相談の情報を10店舗くらいの単位で開いてほしい。
- ・ 薬膳を通じて他のサービス業と現在行動を起こしているところである。社員に呼びかけて食と健康、薬膳教室を開いています。このような行動を組合員が全員で取り組みだしたときに各店の個性を出し、新たな客の獲得につながると思う。
- ・ 日頃のランチメニュー、メニューの食材、安い中華食材、食材の使い方、入手方法など講習してほしい。
- ・ 食の安全性が色々な所で問題となり食品衛生法が施行されることとなりました。食を預かる職業として衛生、設備に留意していますが、そうしたことに関連づけられた講演会を開いてほしい。
- ・ 午後3時から5時の間の時間帯でパソコン講習会を開いてほしい。Webサイト「中華萬菜」が携帯電話で検索できるようにすべきだ。

4 中華料理非組合員

生活衛生同業組合への加入と組合広報活動

組合自体の存在は、知っているが知らないが同率の46%で、実際の活動内容はその58%が知らない。
 組合加入のためには、景気の回復がトップであり、組合の存在感を訴える行事、融資制度、経営上のヒントが得られる研修会や講演会が続く。
 イベントとしては、中華まつりを80%以上が知らない。

同業組合に加入する条件

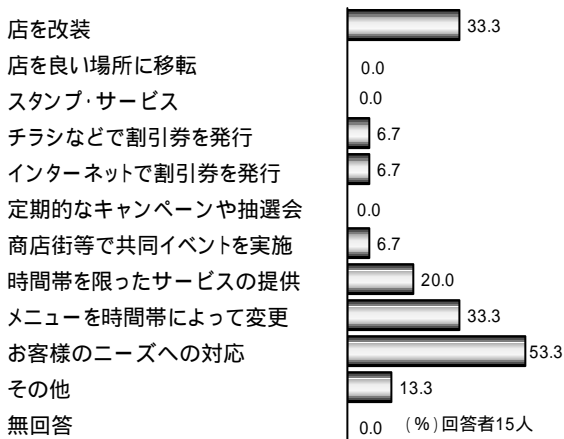


営業向上の取り組みとIT化の対応

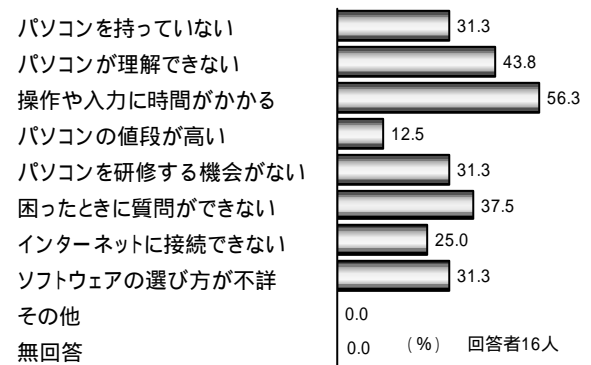
お客獲得の工夫は、お客ニーズへ対応、お店改装、メニューを時間帯で変更などが多い。

ITへの対応は、79%が行っていない。IT化の障害は、パソコンの操作や入力の問題、パソコンが理解できない、質問できない環境、パソコンがない、パソコン研修の機会不足、ソフトウェアの選び方の問題などである。

工夫の内容



IT化の障害となっている理由

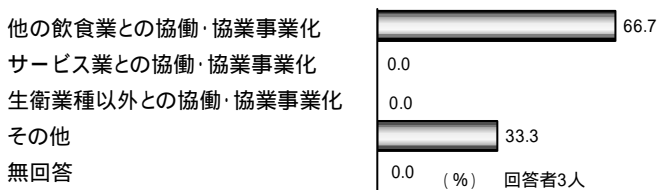


後継者問題と他業種との連携

後継者問題では、悩んでいないが71%、悩んでいるが25%、その理由は、後継者がいない、子供が継がない、既に廃業を決意しているなどである。

他業種との連携は、71%が検討していない。検討している内容は、他の飲食業との協働・協業、その他に大別される。

他業種との連携を検討している内容



生活衛生同業組合への要望

- ・ 組合加入のメリットがなかったから脱会した。
- ・ 組合会費の入金が簡単に計算できる金額（例えば、月1,000円、年間1万円など）とする。連絡ネットワークの整備、細かな情報のお知らせを充実するべきである。

5 東京都飲食業生活衛生同業組合員

生活衛生同業組合への加入と組合広報活動

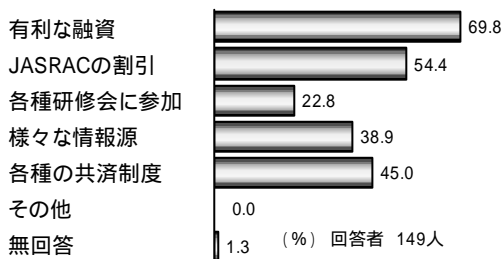
組合加入のメリットは、融資制度、JASRACの割引（カラオケ使用料金）、各種の共済制度、様々な情報源、各種研修会などが上げられる。

組合のホームページの周知効果は68%と大きい。

標準営業約款は47%が知っている。

飲食祭りには59%が参加している。

組合加入のメリット



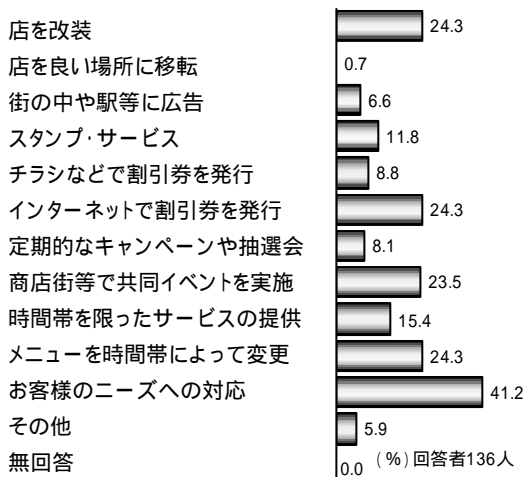
営業向上の取り組みとIT化の対応

お客様獲得の工夫は、お客様のニーズへ対応、お店を改装、インターネットの割引券発行、メニューを時間帯で変更、商店街や同業者との共同イベントなどが多く、タイムサービスは、40%が実施している。

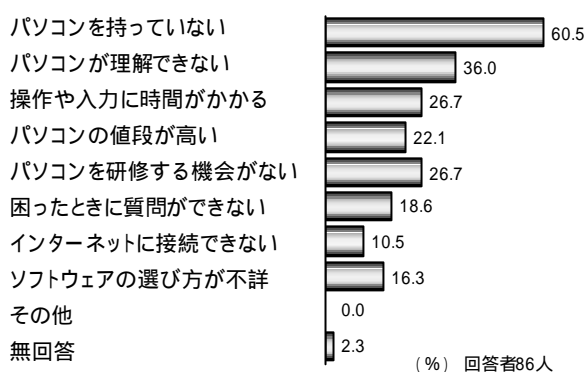
ITの効果としては、お客様の増加、情報入手、経営・事務処理の効率化、情報交換やコミュニケーションツールとしての利用などである。

IT化の障害は、パソコンがない、パソコンが理解できない、パソコンの操作や入力の問題、パソコン研修の機会不足、値段が高いなどである。

工夫の内容



IT化の障害となっている理由

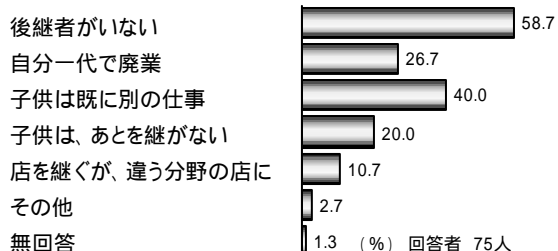


後継者問題と他業種との連携

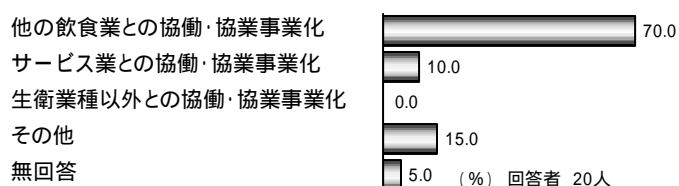
後継者問題では、悩んでいないが58%、悩んでいるが38%、その理由は、後継者がいない、後継者が他に就業している、既に廃業を決意などである。

他業種との連携を検討していないは80%で、検討している内容は、他の飲食業との協働・協業が70%で、サービス業との連携には慎重であり、生衛業以外との連携はない。

後継者問題で悩んでいる理由



他業種との連携を検討している内容



生活衛生同業組合への要望

- ・「飲食祭り」は宣伝効果が少ない。抽選の当たりが少なすぎるので抽選会はかえって逆効果である。もっと楽しく開催すべきである。
- ・何の為の組合かをもっとPRしてほしい。メリットが今一つ理解されていない。組合費を払い、それ以上の見返りがないと加入してくれる店は増えない。
- ・パソコン教室等に参加したいので充実して欲しい。

6 飲食業非組合員

生活衛生同業組合への加入と組合広報活動

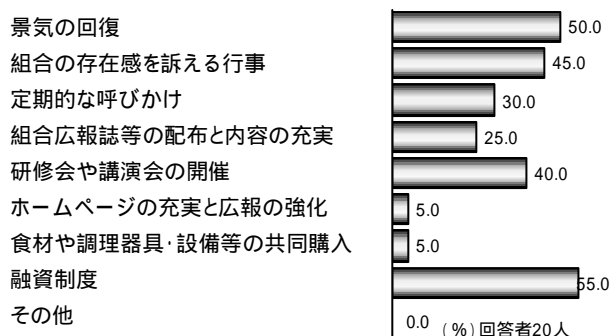
組合の存在は、知っている方が47%。実際の活動内容は53%が知らない。

組合加入のためには、融資制度、景気の回復、組合の存在感を訴える行事、経営上のヒントが得られる研修会や講演会などが上げられる。

標準営業約款は67%が知らない。

飲食祭りは83%が知らない。

同業組合に加入する条件

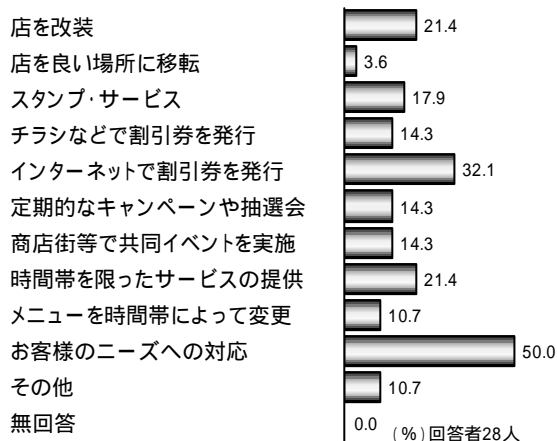


営業向上の取り組みとIT化の対応

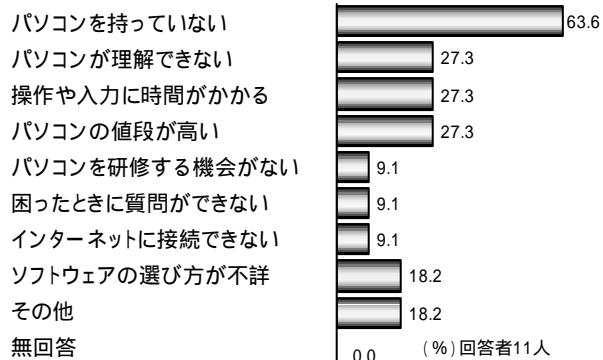
お客獲得の工夫は、お客様のニーズへ対応、インターネットで割引券発行、お店改装、時間帯を限ったサービス、スタンプ・サービスなどが多い。

ITへの対応は、43%が行っていない。IT化の障害は、パソコンがないがトップで、パソコンが理解できない、パソコンの操作や入力の問題、値段が高いなどである。

工夫の内容



IT化の障害となっている理由



後継者問題と他業種との連携

後継者問題で悩んでいないが70%、悩んでいるが13%、その理由は、後継者がいない、既に廃業を決意などである。

他業種との連携は、60%以上が検討していない。検討している内容は、100%が他の飲食業との協働・協業を選択している。

生活衛生同業組合への要望

- ・ これからも色々食に関する情報を頂ければありがたい。
- ・ フロアへのグリースそうじや空調システムのクリーニングなどもやって頂きたい。
- ・ もっと飲食業生活衛生同業組合のPRをして欲しい。
- ・ 自分の知らないところで役立っているのかも知れませんが私的には、組合は保健所の指導以外何をされているのかよくわからない。
- ・ 当店は小さな個人店であり、紹介のお客を増やすことが目標で営業している。その他商品には気を配っている。メニューは、特に日替わり、季節物等色々と考えている。インターネットの情報には不確定なものも多く現時点ではいまいひとつ信用性に乏しいように思われる。
- ・ 飲食業生活衛生同業組合の存在を知りませんでしたので現在はコメントがない。

発行者 / 財団法人東京都生活衛生営業指導センター (<http://www.seiei.or.jp/tokyo/>)
〒150-0012 東京都渋谷区広尾5-7-1 東京都広尾庁舎内 03-3445-8751

編集 / (株)社会情報システム

印刷 / (株)広友社

禁無断転載