

平成 18 年度

生活衛生業の経営基盤支援事業調査報告書

・ 麺類、料理、喫茶飲食、簡易宿泊業 ・

平成 19 年 3 月

財団法人 東京都生活衛生営業指導センター

ご あ い さ つ

生活衛生関係営業は、都民の日常生活に深い関わりを持つ営業であり、その衛生水準の維持向上と利用者・消費者への良質なサービスの提供が求められています。

景気の改善が緩やかに見られる一方、生活衛生関係営業は、個人消費の停滞、消費者ニーズの変化など依然として厳しい経営環境のもとにおかれています。また、高齢化の進行、情報化の進展、立地環境の構造的変化、環境保全の強化など営業を取り巻く様々な課題に対して、適切な事業展開が求められています。このような状況にあって、経営の基盤を安定化し営業活動を活性化するためには、経営上の問題点を把握のうえ分析を行ない適切な対応策を検討することが必要となっています。

当指導センターでは、生活衛生関係営業における経営の健全化及びその振興を図るため各種の事業を実施しています。なかでも国庫補助事業の一つである「活性化促進事業」については、国が示したメニューのうちから「経営基盤支援事業」を選定し、平成17年度から新たに取り組んでいます。

本年度は、麺類業、日本料理業、喫茶業及び簡易宿泊業の方を対象にアンケート調査により、生活衛生同業組合の活動状況、IT等営業活性化の取り組み、後継者問題及び他業種との連携といった経営基盤の安定化を図るための諸問題について調査を行いました。

本報告書は、この調査結果をまとめたものですが、関係者におかれましては、日常営業活動を活性化するための資料としてご活用いただければ幸いに存じます。

終わりに、ご多用の中をご尽力いただきました経営基盤支援事業検討委員会委員の皆様、アンケートの回答にご協力をいただきました調査対象の皆様及び調査対象の4業種の生活衛生同業組合の方々に深く感謝申し申し上げます。

平成19年3月

財団法人 東京都生活衛生営業指導センター
理事長 高橋元彰

目 次

調査概要	1
1 調査の目的・対象業種	1
2 調査の実施方法	1
3 アンケート調査の方法	1
4 アンケート回答者の属性	2
アンケート調査の分析結果	11
1 麺類生活衛生同業組合員	13
2 麺類非組合員	27
3 料理生活衛生同業組合員	39
4 料理非組合員	53
5 喫茶飲食生活衛生同業組合員	65
6 喫茶飲食非組合員	77
7 簡易宿泊業生活衛生同業組合員	89
8 簡易宿泊業非組合員	101
資 料	111
1 調査票	113
2 経営基盤支援事業検討委員会	123
(1) 経営基盤支援事業検討委員会の要綱	123
(2) 経営基盤支援事業検討委員会の委員名簿	125
(3) 経営基盤支援事業検討委員会の開催状況	125

調査概要

1 調査の目的・対象業種

この調査は、厳しい経営環境にある生活衛生関係営業の活性化を図るため、東京都生活衛生同業組合に加入している組合員事業者、及び加入していない事業者（以下「非組合員」という。）の経営基盤実態を把握することを目的とする。

生活衛生関係営業とは、都民の日常生活に深い関わりを持つ業種であり、すし、麺類、中華料理、社交飲食、料理、飲食、喫茶などの飲食業、理容、美容、興行、ホテル旅館、簡易宿泊、公衆浴場、クリーニングなどのサービス業、食鳥肉販売や氷雪販売などの販売業である。

平成18年度は、麺類、料理、喫茶飲食、簡易宿泊業を対象とした。

2 調査の実施方法

調査の実施方法を検討するための「経営基盤支援事業検討委員会」の意見をもとに、東京都生活衛生同業組合員及び非組合員を対象としたアンケート調査を実施した。また、アンケート回収結果を集計、分析し、その経営基盤実態に関する課題を整理した。

3 アンケート調査の方法

(1) 調査方法・対象

東京都生活衛生同業組合員890人、非組合員1,695人を対象とした。配布方法は、組合員には下記の協力機関を通じて、配付・回収を行ない、非組合員へは、NTTタウンページから抽出した事業者の中から東京都生活衛生同業組合に加入していない事業者を選定し郵送した。

・アンケート配付状況

対象	協力団体名	配付数	回収数(回収率：%)
麺類	東京都麺類 生活衛生同業組合	・ 組合員 230通	・ 組合員 172通(74.8%)
		・ 非組合員 517通	・ 非組合員 49通(9.5%)
料理	東京都料理 生活衛生同業組合	・ 組合員 250通	・ 組合員 60通(24.0%)
		・ 非組合員 540通	・ 非組合員 47通(8.7%)
喫茶飲食	東京都喫茶飲食 生活衛生同業組合	・ 組合員 230通	・ 組合員 189通(82.2%)
		・ 非組合員 550通	・ 非組合員 57通(10.4%)
簡易宿泊業	東京都簡易宿泊業 生活衛生同業組合	・ 組合員 180通	・ 組合員 117通(65.0%)
		・ 非組合員 88通	・ 非組合員 17通(19.3%)

(2) 調査期間

平成18年11月～平成19年1月

(3) 有効回収数

全回収数は708通(回収率27.4%)。内訳は、麺類221通(29.6%)、料理107通(13.5%)、喫茶飲食246通(31.5%)、簡易宿泊業134通(50.0%)

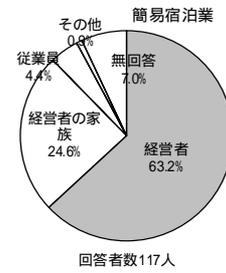
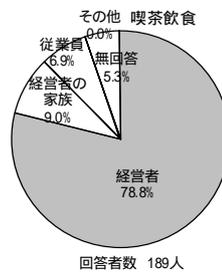
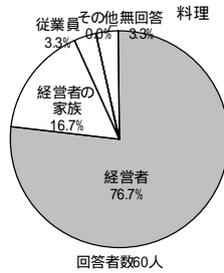
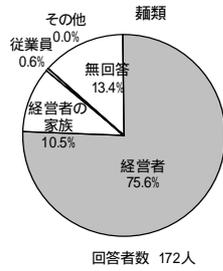
麺類、喫茶飲食、簡易宿泊業共に組合員は60%を超える高回収率であり、本調査への積極的な協力姿勢と同時に、経営基盤支援事業への関心の高さが伺える。なお、料理業組合員の回収率が低調であったが、これは調査期間が最繁忙期である年末に当たったためと思われる。このため、必ずしも料理業全体の意見を調査結果に反映し切れなかった面もあると考えられる。

4 アンケート回答者の属性

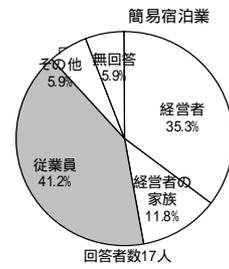
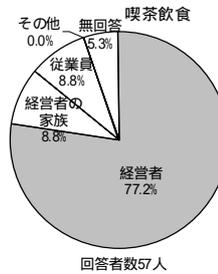
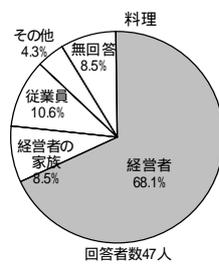
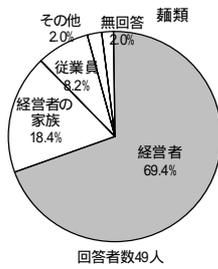
(1) 役職

回答者の役職について、組合員の場合は麺類、料理、喫茶飲食、簡易宿泊業共に経営者自身による回答が70%近い。非組合員の場合も同傾向であるが、簡易宿泊業では従業員の回答が多い。

組合員



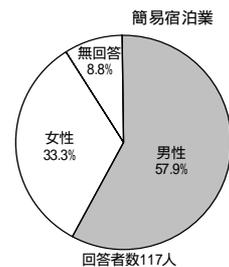
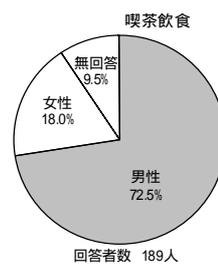
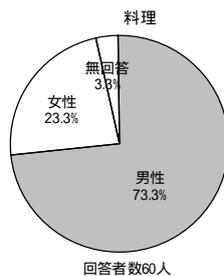
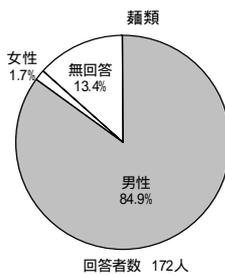
非組合員



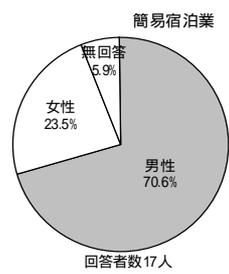
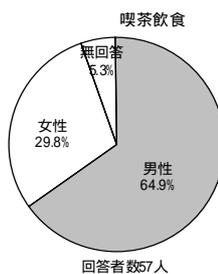
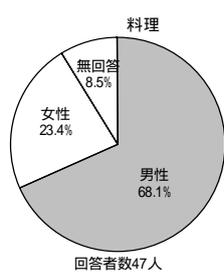
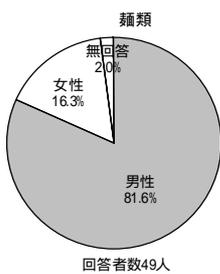
(2) 性別

回答者の性別は、組合員及び非組合員を問わず、4業種共に男性による回答が多い。

組合員



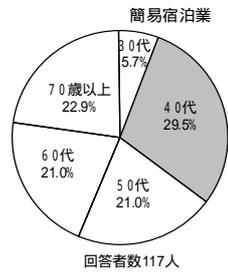
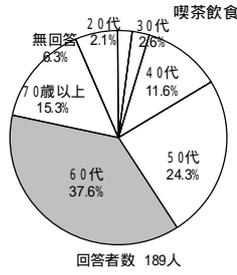
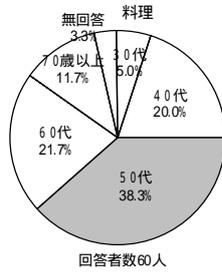
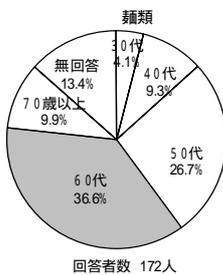
非組合員



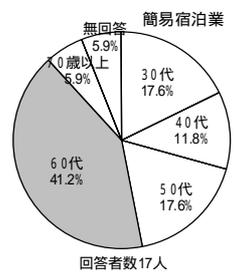
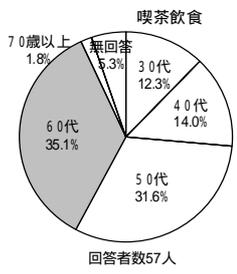
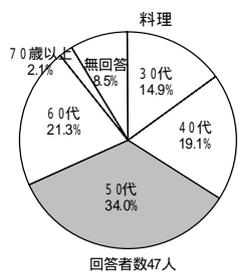
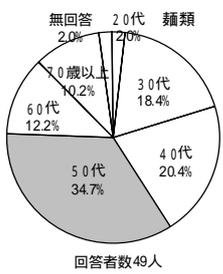
(3) 年代

組合員の場合は、麺類、喫茶飲食が60代、料理が50代、簡易宿泊業は40代の回答が多い。非組合員の場合も50代から60代の回答が多い。

組合員



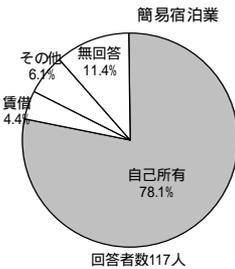
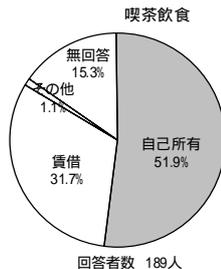
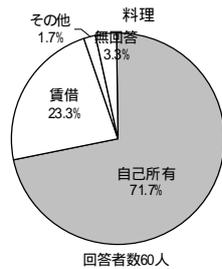
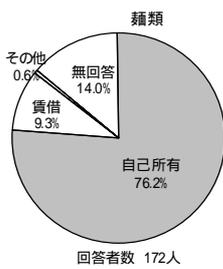
非組合員



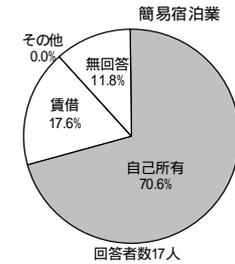
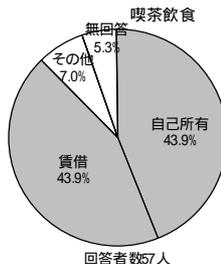
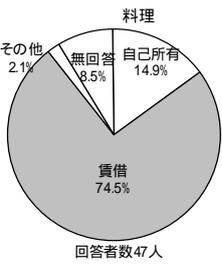
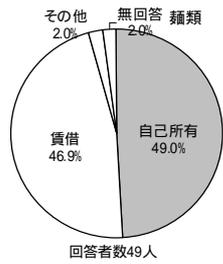
(4) お店の形態

組合員の場合は、4業種共に自己所有が多い。非組合員の場合には、賃貸の比率が高く、料理は賃貸が70%を超える。

組合員



非組合員

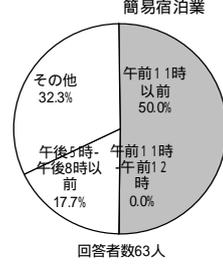
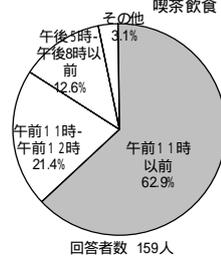
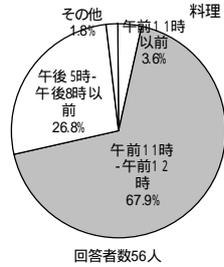
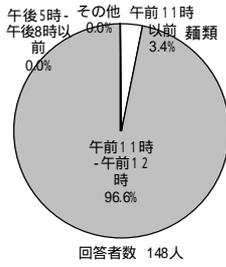


(5) 営業時間

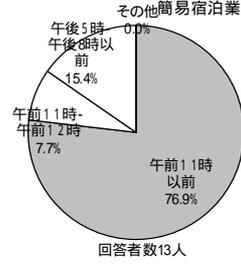
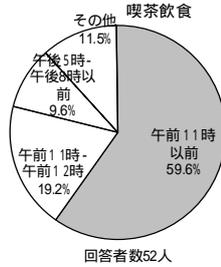
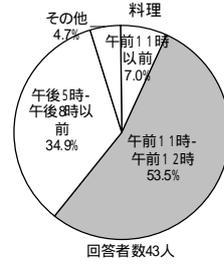
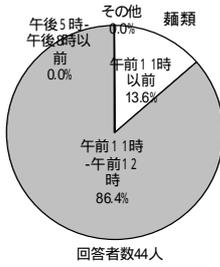
組合員の場合は、4業種共に開店時間は午前中からの開店が多い。飲食業ではランチタイムに合わせた開店、簡易宿泊業はチェックアウトに該当すると考えられる。非組合員の場合も同様な傾向がある。閉店時間は、麺類は比較的早く、スナック兼業の喫茶飲食では遅い。なお、簡易宿泊業は終日営業であるため、閉店時間や休憩時間は該当しない。

開店時間

組合員

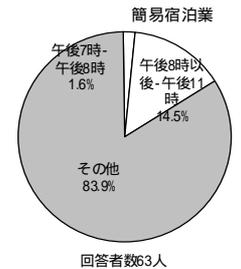
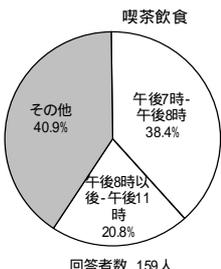
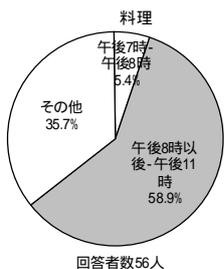
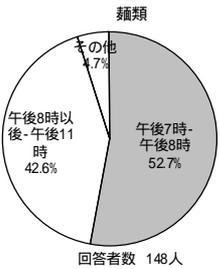


非組合員

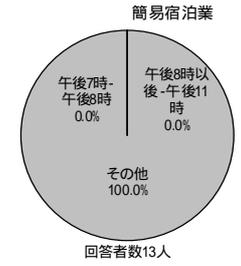
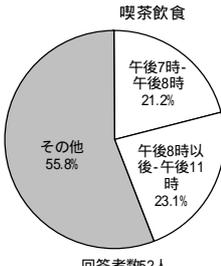
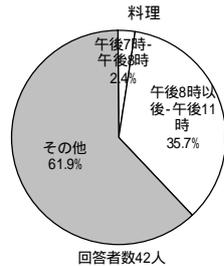
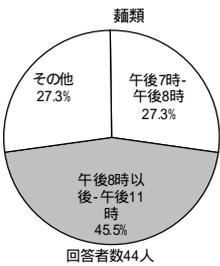


閉店時間

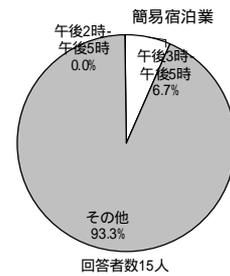
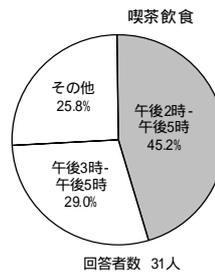
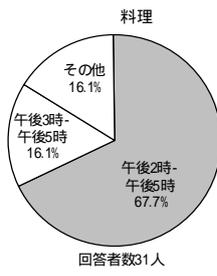
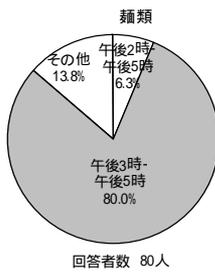
組合員



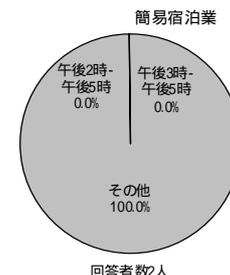
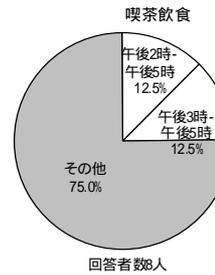
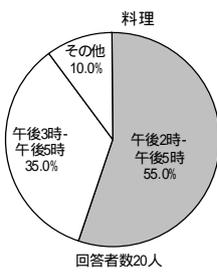
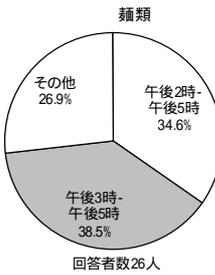
非組合員



休憩時間 組合員



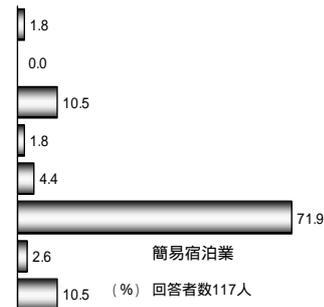
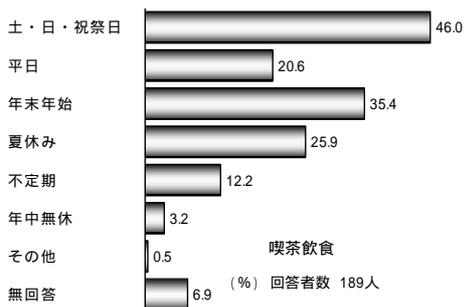
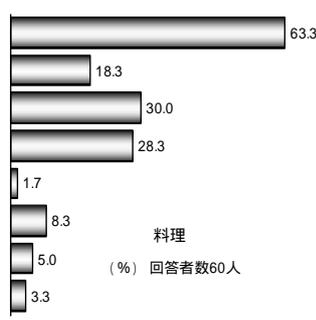
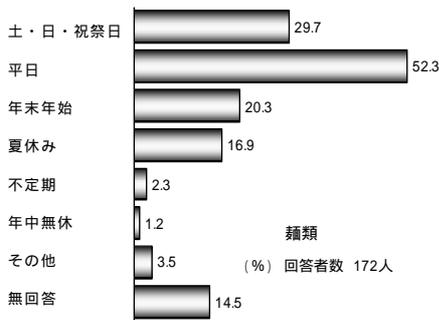
非組合員



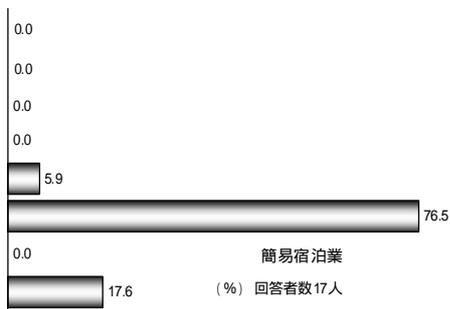
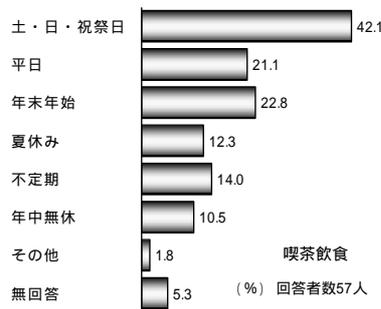
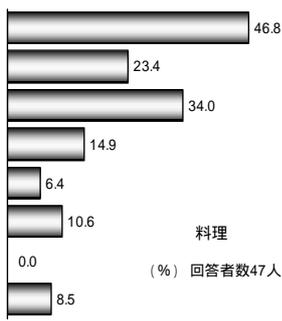
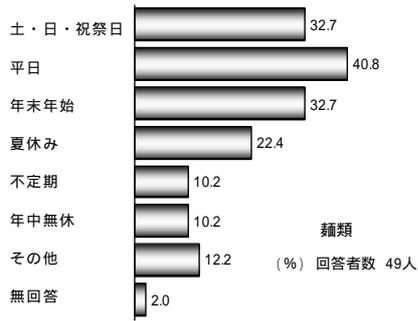
(6) 定休日【複数回答可】

組合員の場合、麺類では定休日を平日の木曜日、水曜日、火曜日としている。料理と喫茶飲食は土・日・祝祭日を定休日としているが、平日に定休日をとるお店では月曜日が最も多い。簡易宿泊業の多くは、年中無休である。非組合員の場合も同様な傾向がある。

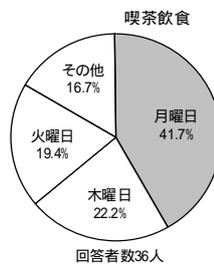
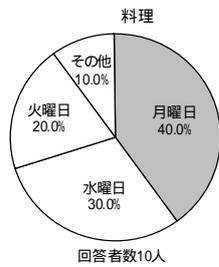
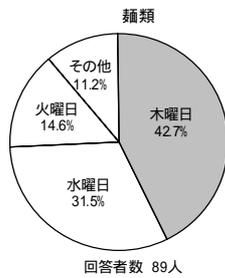
定休日 組合員



非組合員

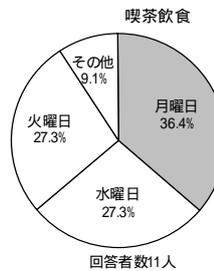
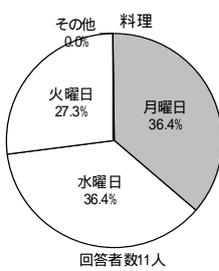
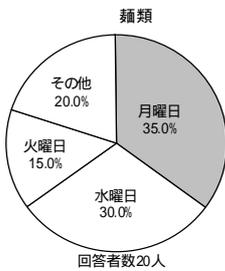


平日が定休日
組合員



簡易宿泊業
回答者数 0人

非組合員

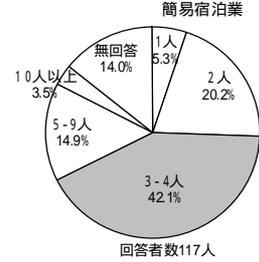
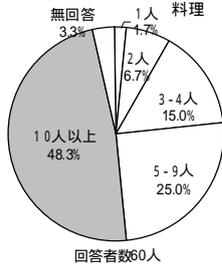
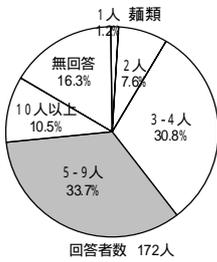


簡易宿泊業
回答者数 0人

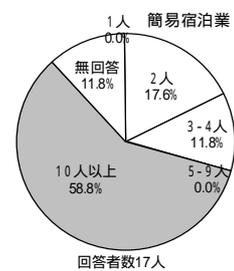
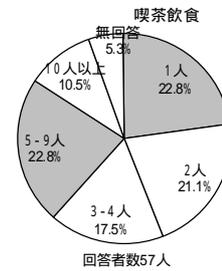
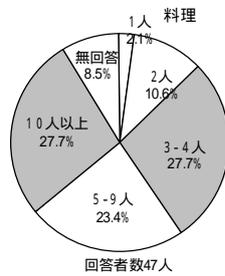
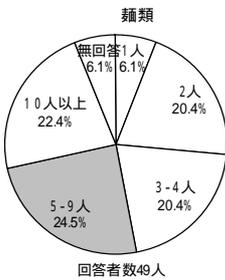
(7) 従業者数(パート、アルバイトを含む)

組合員の場合、喫茶飲食と簡易宿泊業の過半数が4人以下の営業であり、麺類は9人以下の経営が70%以上、料理では10人以上が半数近くである。非組合員の場合も同様な傾向があるが、料理では従業者数が減り、簡易宿泊業は従業者数が増えている。

組合員



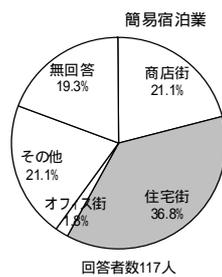
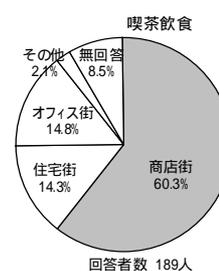
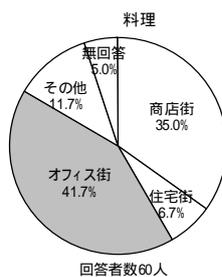
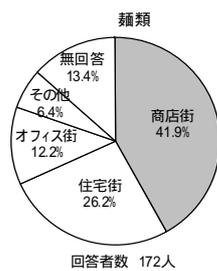
非組合員



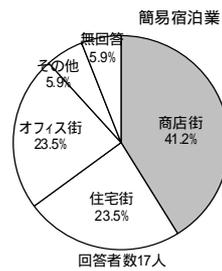
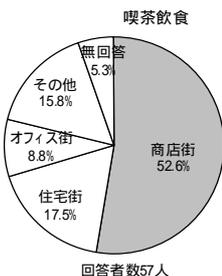
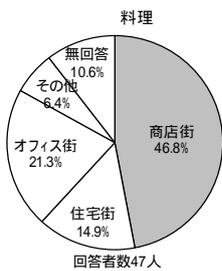
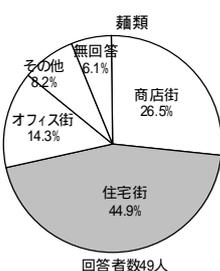
(8) お店の立地条件

組合員の場合、麺類と喫茶飲食は商店街と住宅街の立地が顕著である、料理はオフィス街と商店街、簡易宿泊業は住宅街と商店街に過半数が立地している。非組合員の麺類は、住宅街の立地、料理は商店街の立地が顕著である。

組合員



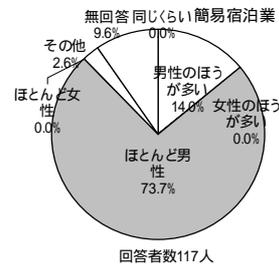
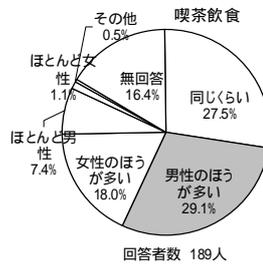
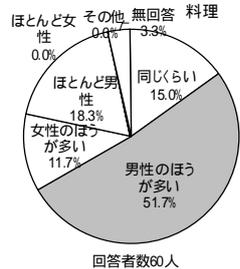
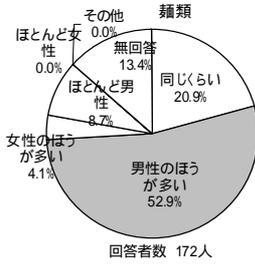
非組合員



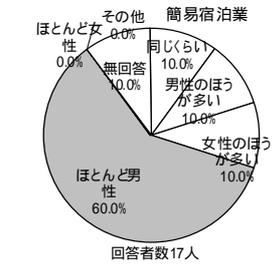
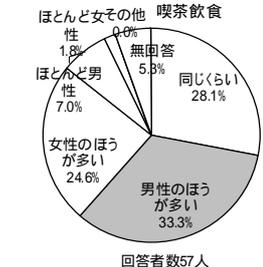
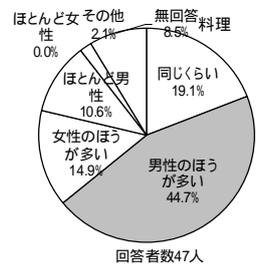
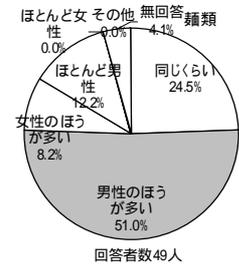
(9) お客様の男女比

組合員の場合、麺類、料理は「男性のほうが多い」が過半数で、喫茶飲食は男女同数であり、簡易宿泊業は「ほとんど男性」が70%を超える。非組合員の場合も同様な傾向がある。

組合員



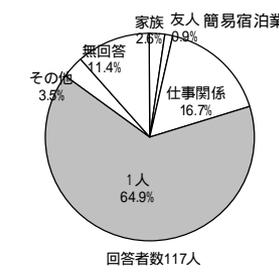
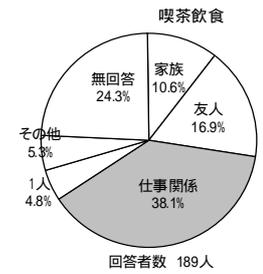
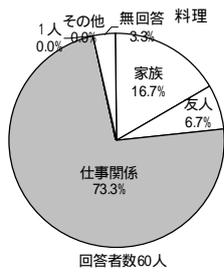
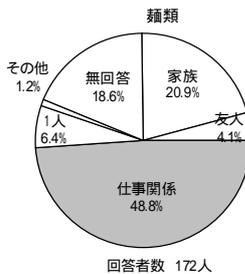
非組合員



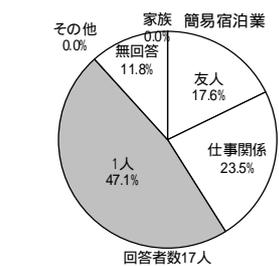
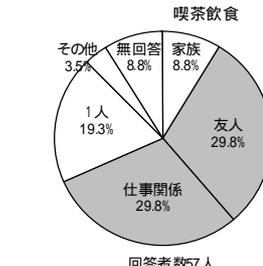
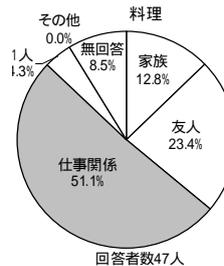
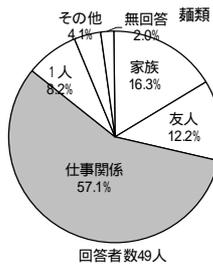
(10) お客様の組合せ

組合員の場合、麺類、料理、喫茶飲食は仕事関係が多い。1人での来店は少ない。簡易宿泊業は1人の利用が60%を超える。非組合員の場合も同様な傾向があるが、喫茶飲食は友人との利用も多い。

組合員



非組合員



(11) お店の所在地

組合員

お店の所在地	麺類	料理	喫茶飲食	簡易宿泊業	%	%	%	%
千代田区	3	0	21	0	1.7	0.0	11.1	0.0
中央区	6	29	11	0	3.5	48.3	5.8	0.0
港区	7	5	5	0	4.1	8.3	2.6	0.0
新宿区	5	1	25	9	2.9	1.7	13.2	7.7
文京区	7	1	8	0	4.1	1.7	4.2	0.0
台東区	6	12	4	64	3.5	20.0	2.1	54.7
墨田区	4	2	8	4	2.3	3.3	4.2	3.4
江東区	6	1	13	13	3.5	1.7	6.9	11.1
品川区	3	0	5	1	1.7	0.0	2.6	0.9
目黒区	4	0	1	0	2.3	0.0	0.5	0.0
大田区	11	2	21	7	6.4	3.3	11.1	6.0
世田谷区	7	0	0	0	4.1	0.0	0.0	0.0
渋谷区	3	2	0	0	1.7	3.3	0.0	0.0
中野区	7	0	1	0	4.1	0.0	0.5	0.0
杉並区	2	0	0	0	1.2	0.0	0.0	0.0
豊島区	8	1	4	0	4.7	1.7	2.1	0.0
北区	5	0	0	0	2.9	0.0	0.0	0.0
荒川区	3	0	32	11	1.7	0.0	16.9	9.4
板橋区	5	1	1	0	2.9	1.7	0.5	0.0
練馬区	2	0	2	0	1.2	0.0	1.1	0.0
足立区	7	0	0	0	4.1	0.0	0.0	0.0
葛飾区	6	0	0	0	3.5	0.0	0.0	0.0
江戸川区	9	0	0	0	5.2	0.0	0.0	0.0
多摩東部エリア(*1)	11	0	0	0	6.4	0.0	0.0	0.0
多摩中央部北エリア(*2)	4	0	12	0	2.3	0.0	6.3	0.0
多摩中央部南エリア(*3)	7	1	5	0	4.1	1.7	2.6	0.0
多摩西部エリア(*4)	1	0	0	0	0.6	0.0	0.0	0.0
無回答	23	2	10	8	13.4	3.3	5.3	6.8

* 1 : 多摩東部エリア(武蔵野・三鷹・調布・小金井・小平・東村山・西東京・国分寺・狛江・清瀬・東久留米の各市)

* 2 : 多摩中央部北エリア(立川市・昭島市・福生市・東大和市・武蔵村山市・羽村市・瑞穂町)

* 3 : 多摩中央部南エリア(八王子市・府中市・町田市・日野市・国立市・多摩市・稲城市)

* 4 : 多摩西部エリア(青梅市・あきる野市・日の出町・奥多摩町・檜原村)

非組合員

お店の所在地	種類	料理	喫茶飲食	簡易宿泊業	%	%	%	%
千代田区	2	3	3	1	4.1	6.4	5.3	5.9
中央区	1	5	0	0	2.0	10.6	0.0	0.0
港区	2	6	1	1	4.1	12.8	1.8	5.9
新宿区	3	4	2	1	6.1	8.5	3.5	5.9
文京区	0	1	0	0	0.0	2.1	0.0	0.0
台東区	2	1	4	8	4.1	2.1	7.0	47.1
墨田区	1	1	0	0	2.0	2.1	0.0	0.0
江東区	1	1	0	1	2.0	2.1	0.0	5.9
品川区	0	2	1	1	0.0	4.3	1.8	5.9
目黒区	1	2	1	0	2.0	4.3	1.8	0.0
大田区	2	2	3	1	4.1	4.3	5.3	5.9
世田谷区	4	2	4	0	8.2	4.3	7.0	0.0
渋谷区	1	3	4	0	2.0	6.4	7.0	0.0
中野区	1	1	1	0	2.0	2.1	1.8	0.0
杉並区	1	2	4	0	2.0	4.3	7.0	0.0
豊島区	2	0	4	1	4.1	0.0	7.0	5.9
北区	2	0	2	1	4.1	0.0	3.5	5.9
荒川区	0	0	2	0	0.0	0.0	3.5	0.0
板橋区	0	0	1	0	0.0	0.0	1.8	0.0
練馬区	1	0	2	0	2.0	0.0	3.5	0.0
足立区	4	2	4	0	8.2	4.3	7.0	0.0
葛飾区	0	0	1	0	0.0	0.0	1.8	0.0
江戸川区	2	2	3	0	4.1	4.3	5.3	0.0
多摩東部エリア(*1)	6	2	6	0	12.2	4.3	10.5	0.0
多摩中央部北エリア(*2)	4	1	0	0	8.2	2.1	0.0	0.0
多摩中央部南エリア(*3)	5	0	1	0	10.2	0.0	1.8	0.0
多摩西部エリア(*4)	0	0	0	0	0.0	0.0	0.0	0.0
無回答	1	4	3	1	2.0	8.5	5.3	5.9

* 1：多摩東部エリア（武蔵野・三鷹・調布・小金井・小平・東村山・西東京・国分寺・狛江・清瀬・東久留米の各市）

* 2：多摩中央部北エリア（立川市・昭島市・福生市・東大和市・武蔵村山市・羽村市・瑞穂町）

* 3：多摩中央部南エリア（八王子市・府中市・町田市・日野市・国立市・多摩市・稲城市）

* 4：多摩西部エリア（青梅市・あきる野市・日の出町・奥多摩町・檜原村）

アンケート調査の分析結果

仕切り紙、白紙

1 麺類生活衛生同業組合員

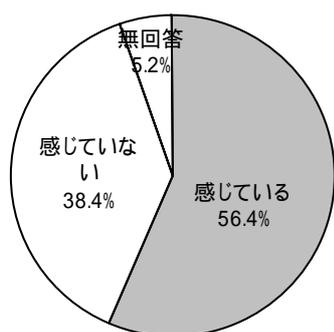
(1) 生活衛生同業組合への加入関係

- 1) 組合への加入にメリットを感じている組合員は60%近くあり、その理由は「様々な情報源」が最も多く約70%、以下「各種の共済制度」「各種研修会に参加」「有利な融資」が上位である。
- 2) 組合員の減少理由は、「経営が厳しい」が67%で最も多く、以下「後継者がいない」「加入のメリットが少ない」の順である。
- 3) 組合員を増やす方策としては、「景気の回復」が最も多く65%、以下「組合の存在感を訴える行事」「研修会や講演会の開催」「融資制度や共済制度の充実」が続く。

< 提言 >

アンケート結果からは、組合員の増加のためには景気回復が第一であるが、後継者対策と加入メリットの打ち出しは組合として取り組むべき優先課題であり、行事や各種研修会の実施、広報活動の充実等組合の存在感をアピールすることも重要である。

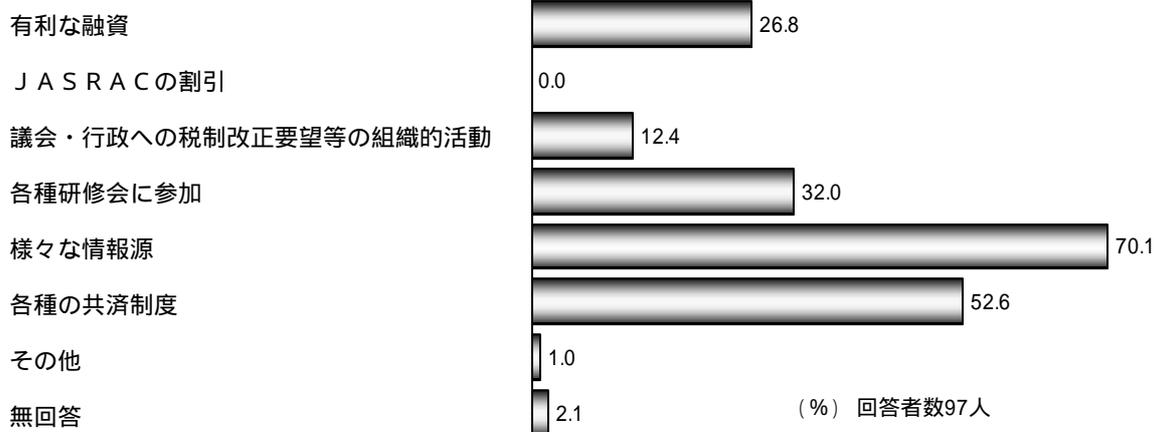
問1 生活衛生同業組合加入のメリットを感じていますか。



回答者数172人

問1 - 1 「感じている」をお選びの方へ 【複数回答可】

ア メリットとして感じるのは、どのようなことですか。



(*) JASRACは(社)日本音楽著作権協会、カラオケ使用料金の割引特権あり

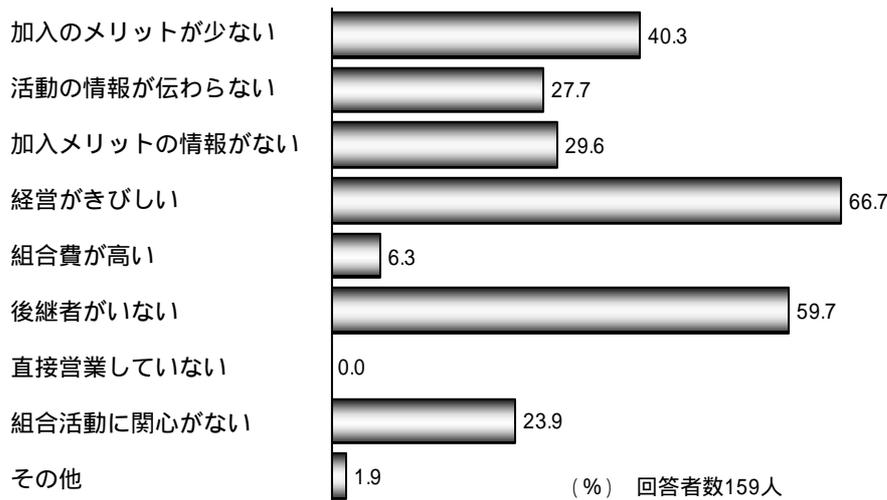
イ 組合加入のメリットを感じる具体的な事例があればご記入ください。

- ・組合員との交流、近所の同業者と親しくでき、他地域の同業者の様々な情報も入る。
- ・組合及び会員との交際で後継者に希望を持つ手がかりが作れる。
- ・組織がしっかりしているので相談がしやすい。
- ・団体保険等の割引があり、共同購買などで安く買える。
- ・公庫の融資を低利で借入れてきて助かっている。

問1-2 「感じていない」をお選びの方へ、組合加入のメリットとして何を期待していますか。

- ・お客様への配布物の作成等、販売促進補助作業
- ・研修や共済等は食品衛生協会や業種別組合でも利用できるものでそれ以外を期待
- ・親睦会、組合支部の情報交換等の全国規模の情報を期待したい。
- ・年数回の情報を出して下さい。情報がなかなか伝わってこない。
- ・何を期待して良いかわからない。活動がわかりづらい。
- ・パンフレットなどで1人ひとりに理解できるようにメリットのアピールがほしい。
- ・メリットなし

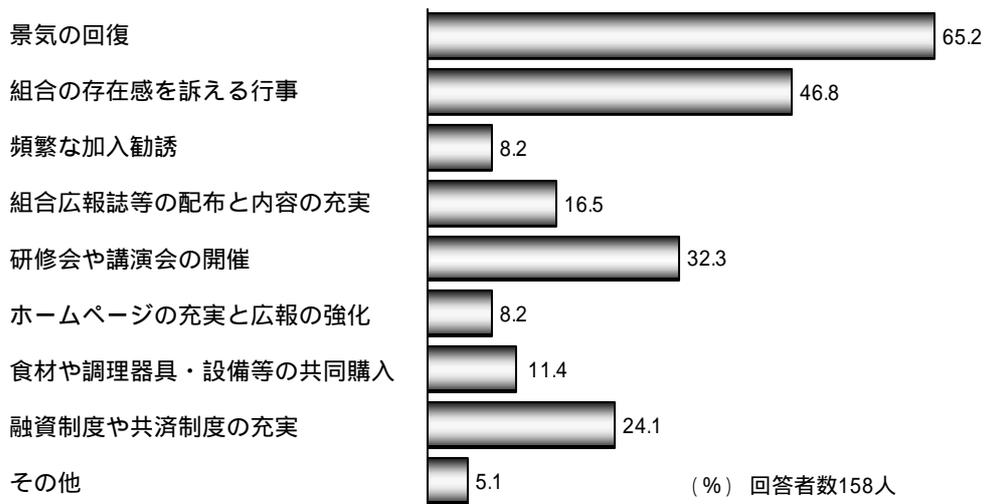
問2 組合員が減っていますが、その原因はどこにあるとお考えですか。 【複数回答可】



* 「その他」の主な内容

(市場規模の縮小、後継者がなく店の売り上げも苦しく魅力がない。自営業がどんどん厳しい環境になっている等)

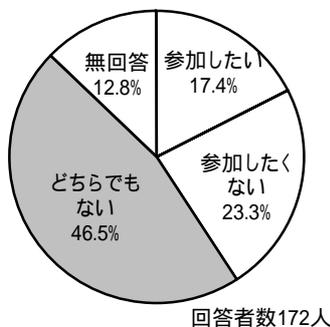
問3 組合員を増やすにはどのような方策があるとお考えですか。 【複数回答可】



* 「その他」の主な内容

(お客様への配布物の作成。販売促進補助作業。組合費がかかりすぎ。個人で営業できる環境整備。大企業や大手参入の制限。社会的地位の向上等)

問4 (社)中小企業診断協会に属する中小企業診断士による経営改善のための無料経営診断(5日~6日程度の個別企業相談、診断、調査など)の機会があれば、参加したいと思いますか。なお、この診断は、企業秘密が保持されます。



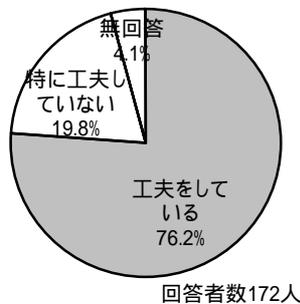
(2) 営業向上の取り組み

- 1) お客様を獲得するために「工夫をしている」組合員が80%近くあり、その内容は「お客様のニーズへの対応」が最も多く52%、以下「店を改装」「メニューを時間帯で変更」「商店街等で共同イベントを実施」などが上位である。また、いわゆるタイムサービス(「メニューを時間帯によって変更」「時間帯を限ったサービスの提供」)を、半数近くが実施している。
- 2) 他のお店を参考にしたいものは「商品メニュー」が69%と最も多く、「価格」は23%に止まる。
- 3) 経営上の工夫事例のヒントを得るのは「組合役員・同業者」が67%と最も多いが、「自分自身で実地調査」も41%でそれに続いている。
- 4) 工夫事例の「その他」として、バリアフリー、分煙・禁煙の実施、子ども・お年寄りの手打ち教室など、多様な客層への配慮が伺われる記述が多く見られる。

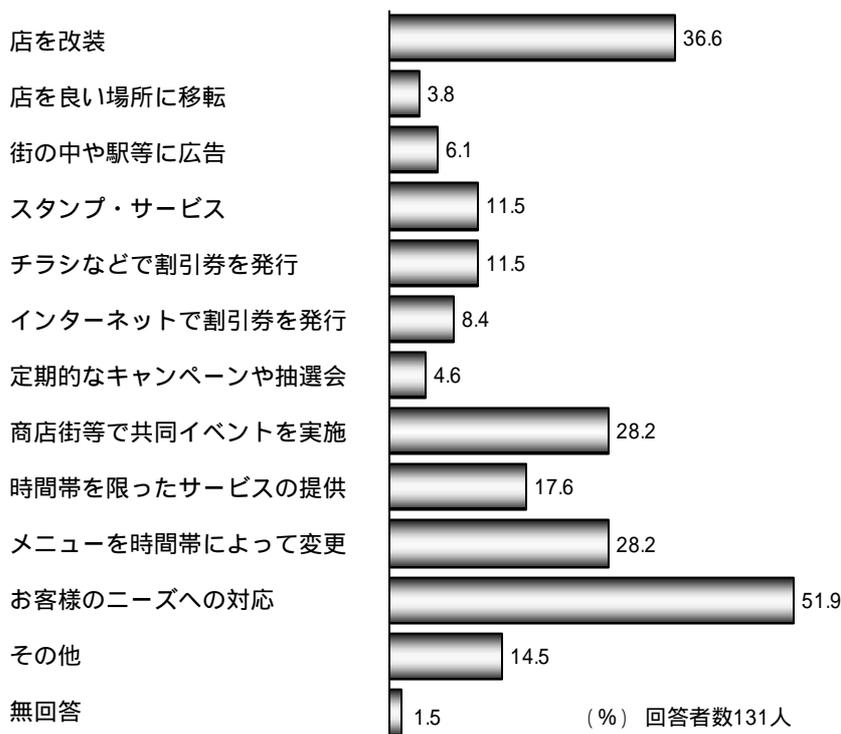
< 提言 >

商品メニューへの関心が高い。グルメ情報の氾濫する中、客単価と顧客満足度が共に高いメニューの開発、薄利多売志向のメニューなど選択肢も広がる。個性と工夫も経営資源である。

問5 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。



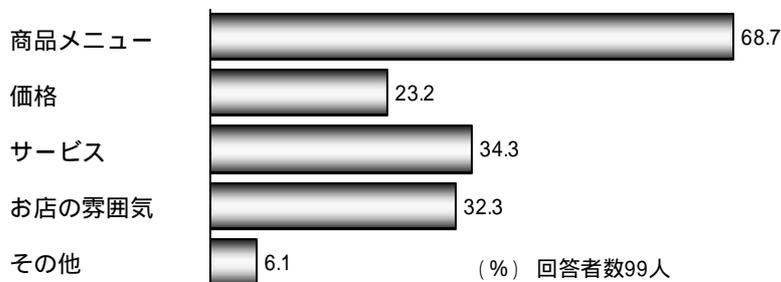
「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(他店にはない技術と食材で差別化。旬の食材の勉強会。季節感のあるメニュー。椅子席を多く。子供・お年寄りの手打ち教室。分煙・禁煙の実施。バリアフリー。ユニバーサルトイレ。オリジナル商品の開発。道具類を更新。POP活用。一品でも出前。他店より誠実等)

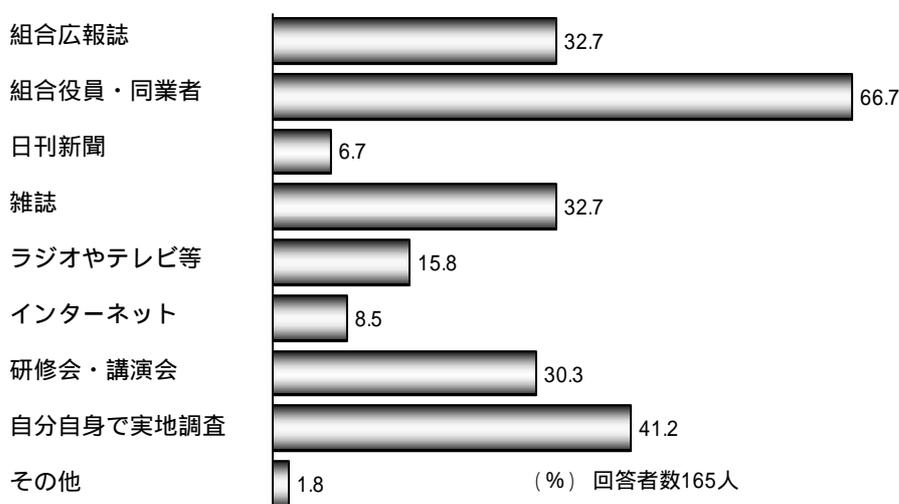
問6 他のお店の商品メニューやサービスなどで、今後参考にしたいものがありますか。



「各項目」の主な内容

- (1) 商品メニュー (新商品。どの店にもないオリジナル。季節メニュー。セットメニュー。高価格でも客のつくメニュー。夜のメニューのヒント。地域・地元等の食の見直しや復元。定食屋さんのランチのような多様さ。組合雑誌で幅広く取材してほしい。)
- (2) 価格 (消費税をとる。時間帯別価格設定。仕入先の情報。牛丼屋のような安さ。どのようにして安価で提供できるか。)
- (3) サービス (従業員の教育。接客サービス向上のための社員教育。キャンペーン活動。ポイント制。子供向けの景品)
- (4) お店の雰囲気 (家族的な。明るく清潔に。明るさの調節。テーブル・椅子を変えたい。気軽さと落ち着きの両立。オリジナルで清潔感のある空間)
- (5) その他 (ラーメン店を圧倒するものは?。酒も売れる店を実地見学したい。クリン紙手拭の使用。インターネット活用)

問7 経営上の工夫事例は、どこからヒントを得ていますか。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(問屋の情報等。仕入業者。自分のことは自分で解決しないといけない等)

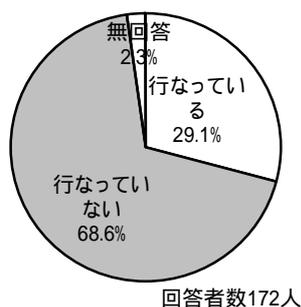
(3) IT (情報技術) の対応

- 1) ITへの対応を行なっているのは30%に満たない。
- 2) ITへの対応をしている場合の具体的内容は、「ホームページでPR」が最も多く60%。次いで「パソコンで経理や経営分析」「ホームページは組合のサイトへリンク」が35%前後である。「顧客管理」「食材や調理器具、設備等の発注」は8.0%、「インターネット上の予約システムを導入」は2.0%と、まだあまり行なわれていない。
- 3) ITの効果として感じているのは、「経営・事務処理が効率的にできる」「情報が得やすくなった」がそれぞれ40%弱、「特に感じていない」も32%となっている。
- 4) IT化を更に進めるのに障害となっているのは、「パソコンの操作や入力に時間がかかる」が32.0%と最も多く、「パソコンを研修する機会がない」「業務用ソフトウェアの選び方がわからない」がそれに次ぎ、無回答も42%ある。
- 5) IT化を行なっていない理由は「パソコンの操作ができない」が69%と圧倒的に多い。
- 6) 東京都生活衛生営業指導センターによるパソコン研修会を「知っている」が56%で、「組合の広報誌・チラシ」「組合役員・同業者」によって周知されている。

<提言>

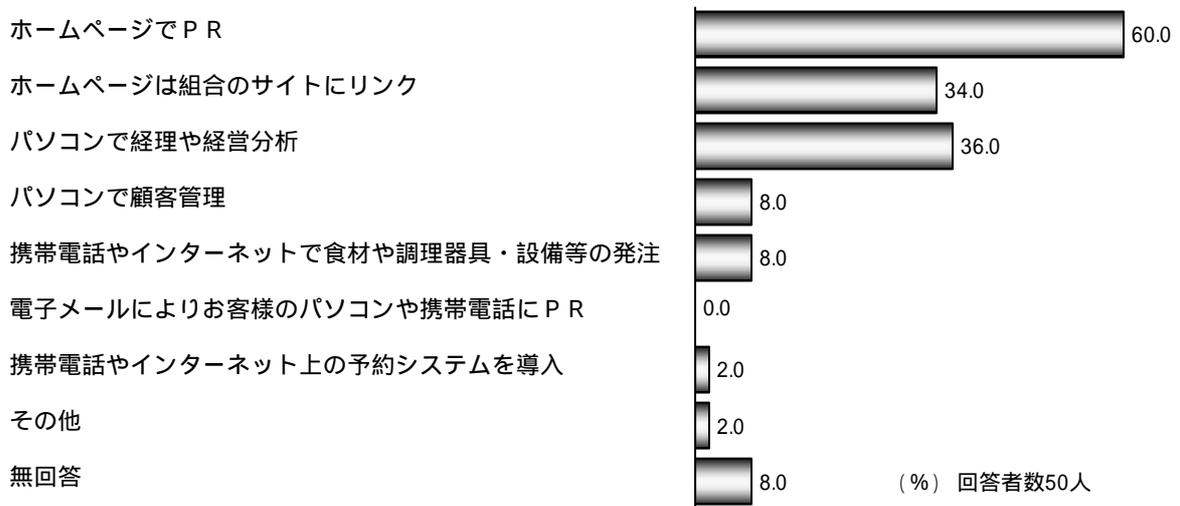
ITは道具との割り切りも必要である。営業規模と情報化ニーズから導入を検討する場合に、同業先輩や組合への相談が早道である。

問8 IT (情報技術、パソコンによる経営合理化や携帯電話を含むインターネット利用)化への対応は行なっていますか。

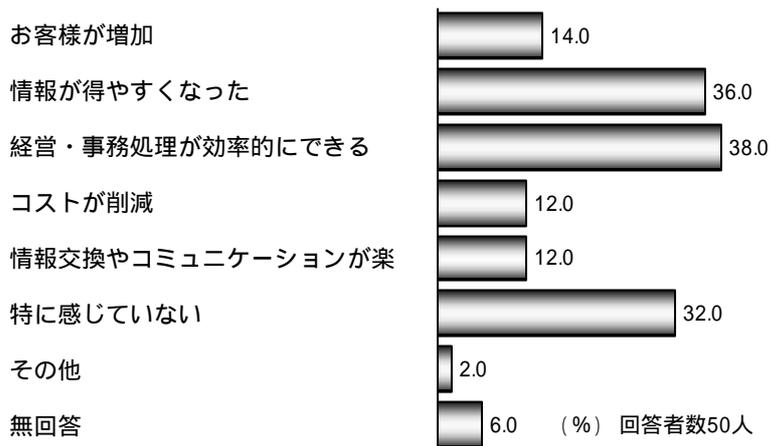


問8 - 1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

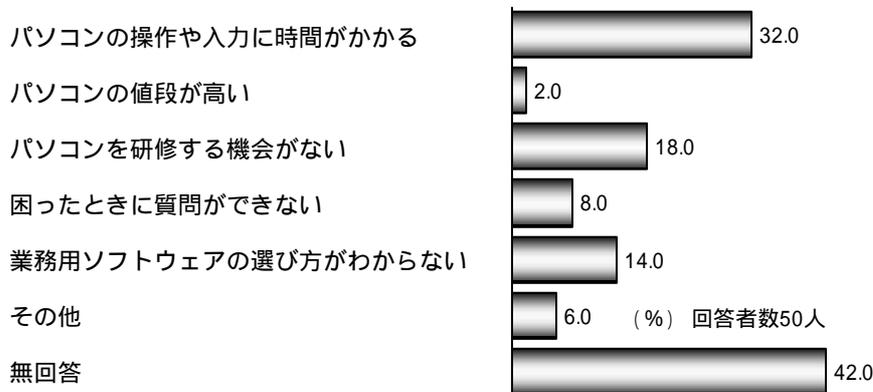
ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。



イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。【複数回答可】



ウ IT化を更に進めるため、障害となっていることがありますか。

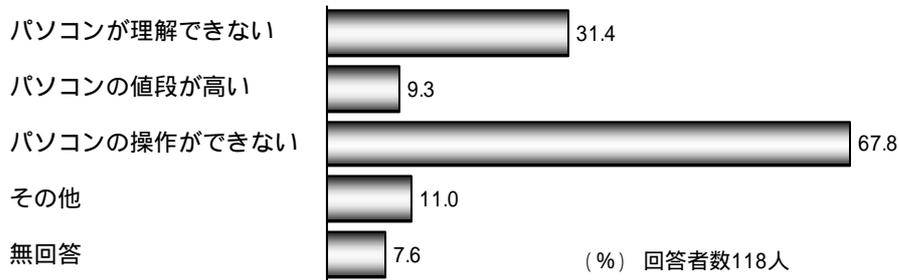


*「その他」の主な内容

(子どもが行なっている。必要がない。時間が足りない。)

問8 - 2 「行っていない」をお選びの方へ 【複数回答可】

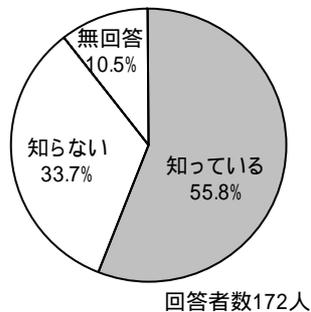
「行っていない」理由はどのようなものでしょうか。



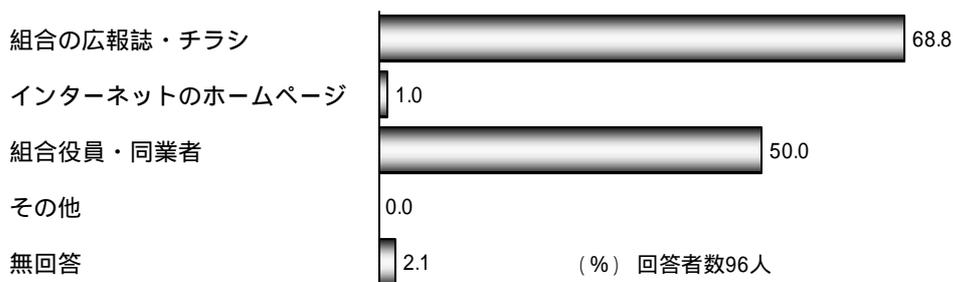
*「その他」の内容

(そば屋は顧客が高齢層なので必要性を感じない。商売エリアが狭い。時間的余裕がない。パソコンによる情報が店に有利になるとは思えない。インターネットにあまり期待できない。インターネットによるPRの結果、多数の客が来ても対応できない。パソコンが嫌い。業務用ソフトの選び方がわからない。)

問9 東京都生活衛生営業指導センターでは2日間のパソコン研修会(受講料:2千円)を年間20回程度開催していますが、ご存知でしょうか。



「知っている」をお選びの方へ、開催をどのような方法で知りましたか。 【複数回答可】



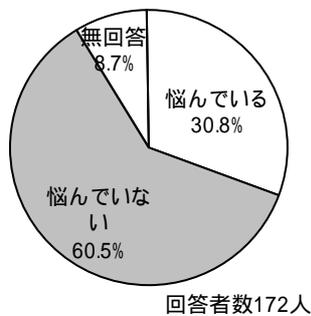
(4) 後継者問題

- 1) 後継者問題で約30%が悩んでいる。
- 2) 悩みの理由は、「子どもは既に別の仕事」「子どもはあとを継がない」「子どもがいない」など、子どもを後継者にできないため80%を超えている。
- 3) 「子ども以外の後継者もない」も20%以上ある。
- 4) 悩んでいない理由は、「子供が後継者になる予定である」が60%近くある反面、「子ども以外の適当な後継者がいる」は皆無である。

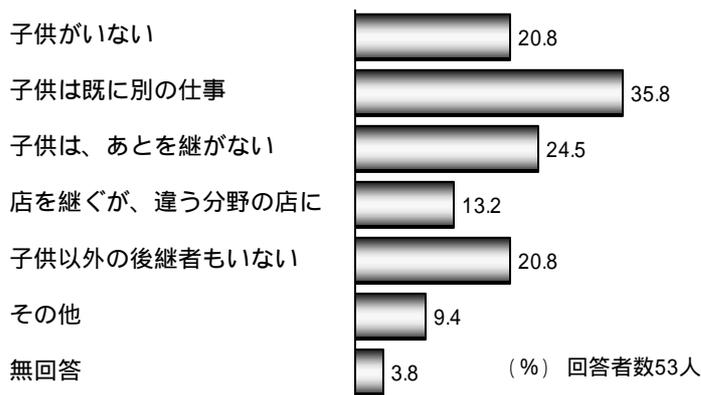
<提言>

スムーズな世代交代は、決して悪いものではない。廃業の事情を分析し、経営者が変わること
で、再生できるのであれば、組合主導の仲介も必要である。

問10 あなたは後継者の問題で悩んでいますか。



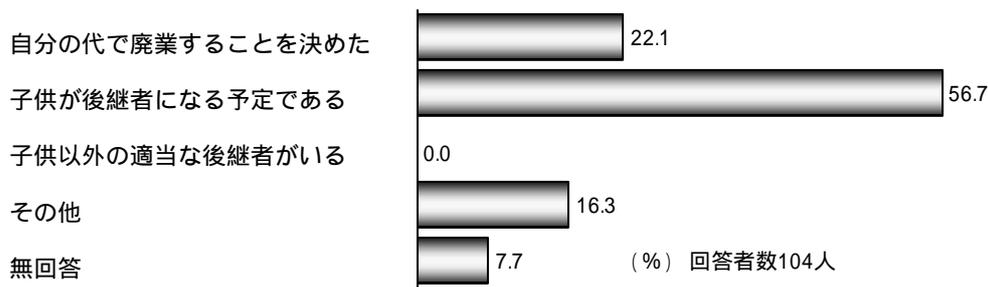
問10-1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】



* 「その他」の主な内容

(個人店舗の将来性に不安。息子は家業を継ぐか迷っている。)

問 10 - 2 「悩んでいない」をお選びの方へ 【複数回答可】



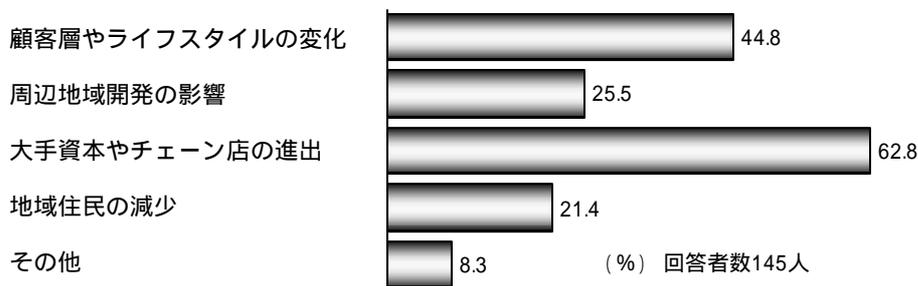
*「その他」の主な内容

(まだその年齢に至らず。先のことはわからない。業績が良く魅力のある店、会社なら後継者が出てくるのではないか。人生は計画通りには行かない。考えないようにしている。)

(5) 他業種との関係

- 1) 経営状態が厳しくなった環境変化の原因は「大手資本やチェーン店の進出」が63%で最も多く、「顧客層やライフスタイルの変化」がそれに続いている。
 - 2) 他業種との連携を検討しているのは10%に満たない。
 - 3) 検討している内容は、「他の飲食業との協働・協業事業化」が50%以上で、生衛業以外やサービス業との連携には慎重である。
- <提言>
 大手参入は、商売として旨味があることの証明。個性と地域「好縁」を見直し、生き残り戦略を検討することが重要であろう。

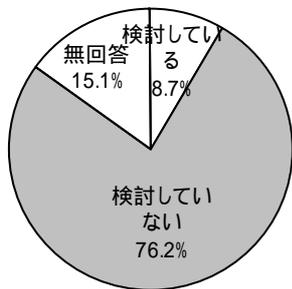
問 11 経営状態が厳しいとお考えの場合、その原因はどのような環境の変化でしょうか。



*「その他」の主な内容

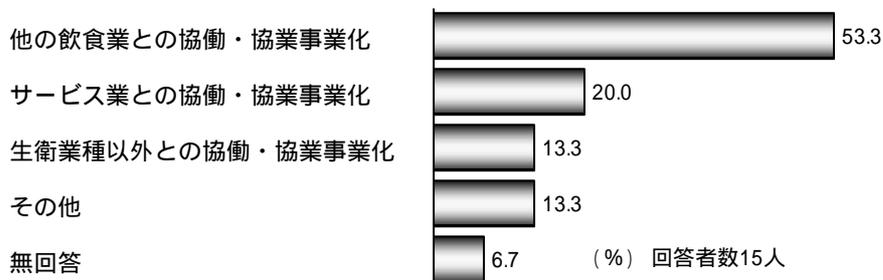
(よくわからない。付近の会社の移転による。駅の昇降口が50m移動した。食の多様化。好景気の時の投資がひびく。飲食店が多すぎる。中食産業、コンビニ、デパート、スーパーの増。食品の質向上等社会変化がありそれに対応できていない。)

問 12 将来的に、営業形態として他業種との協働・協業化を検討されていますか。



回答者数172人

「検討している」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(そば屋を基本とした居酒屋)

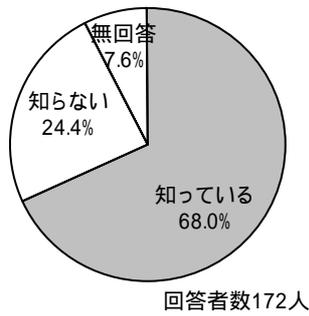
(6) 組合の広報活動

- 1) 組合ホームページのお客様向けサイトは、約70%が知っている。
- 2) 広報誌「酒・めん・肴」は、お客様へあまり配布されていない。
- 3) 四季ごとの宣伝ポスターは65%が掲示している。
- 4) 全国大会への参加は約30%が予定あり、組合の福祉厚生制度も30%強が利用している。

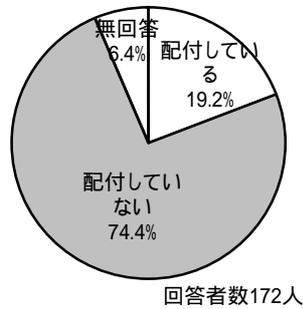
< 提言 >

広報活動の成果が明確でないのでは。組合員の志向性を反映し、そのメリットになるような活動内容のあり方を検討すべきである。広報誌に関しては、お客様の評判がよい反面、組合員の実状を反映していないとの声もあるようだ。組合員の「悩み」を相談できる窓口機能も必要であり、広報活動として、食の安全や健康問題や後継者問題など組合が相談に乗れることをアピールすべきである。

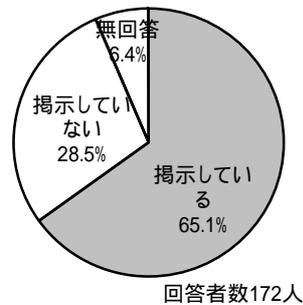
問 13-1 組合ホームページのお客様向けのサイト「そばマップ : <http://www.menkyo.or.jp>」をご存じですか。



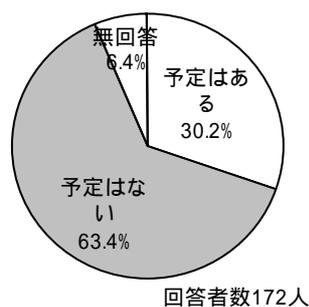
問 13-2 お店では、そば・うどんPR事業のために広報誌「酒・めん・肴」をお客様に配付していますか。



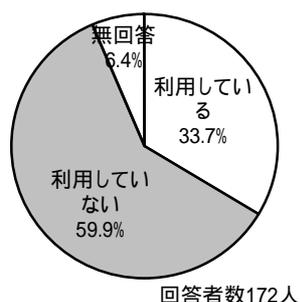
問 13-3 お店では、四季ごとの宣伝ポスターを店内で掲示されていますか。



問 13-4 全国大会への参加の予定はありますか。



問 13-5 組合が実施している福利厚生制度を利用されていますか。



(7) 生活衛生同業組合への要望 (自由記述)

< 組合の組織・ありかた等 >

- ・生活衛生同業組合がどのような活動をしているかよくわからない。
- ・人手不足の時代、毎月組合本部で行なわれる支部長会をやめてほしい。必要な伝達は理事会で行ない、それを各ブロック会で受けるように改めるべき。又は本部のホームページに毎月掲載すればと思う。新しい事に挑戦しようとする意気込みが感じられない。
- ・今のそば屋の先が見えてきた。どんどんなくなると思う。大きな組合より小さな支部単位でまとまった方が良いかも、隣の組合員といかに売るか考えている。新年会や全国大会などはもういない。
- ・会費はこれ以上値上げしないでほしい。値上げと同時に脱会者が出るだろう。あまり大げさな行事は慎み、しっかりと組合員の心をつかむような行事を行なってほしい。
- ・組合員相互の繁栄を考えてほしい。閉店を考える店があります。
- ・青年部の「のぼり」は大変良い。今後も色々な文字ののぼりを続けて作成してほしい。
- ・末端の会員にも情報をフィードバックできる体制にし、組合費を払っているだけという状況をできるだけなくしていく努力をしてほしい。
- ・現在、経営環境はかつて経験したことのない厳しい状況にある。手抜きもせずいつも懸命に努力しているに拘わらず売上が衰退していくことに不安と情けなさを感じる。常に問題意識を持って企業努力をしなければ生き残っていけない時代になっている。固定的な概念にとらわれることなく新しい道を模索し、100軒あれば100通りの売上のあり方があっても良いのではないか。そんな時代だからこそ凝り固まった頭の古い世代から柔軟性のある若い世代へとバトンタッチしていかなければいけないのではないか。今は組合としてより弱い組合員に対して積極的に参加できるように再生のチャンスを与えてほしい。

< P R >

- ・日本そばの栄養について組合でアピールし、今の健康ブームにのせる努力をしたらよい。
- ・新メニューの紹介、お客様への配布物の作成等、販売促進業務を定期的にどんどんやってほしい。P R活動は個人の店ではノウハウ等限界があり、業界で一括してやって頂くと大変ありがたい。
- ・顧客の高齢化が進んでいるため若年層向けにP Rするのも一手
- ・テレビのグルメ番組、雑誌のグルメ特集はラーメンばかりで、もっと積極的にテレビ局、出版社に売り込んでいけないか、歯がゆい。
- ・組合で出している広報は地域に合わないものが多い。
- ・以前配布していた季節毎のリーフレットなど、案外いいなと思ううちに中止。がっかりしている。四季の宣伝ポスターももっと頻りにリニューアルしても良い。「酒、めん、肴」についても価格が高い。もっと安く読みやすい量で十分

<講習会等>

- ・ 行事、講演会、講習会等、週末にも開催して頂きたい。
- ・ パソコンの講習会に参加したいが、火曜日、水曜日の講習会が多く、木曜日定休の店には受講したくてもできない。講習会は幅広いコースを用意してもらいたい。
- ・ 老舗店、新興話題店の講習会（つゆ、かえしの割合、繁盛の秘訣等）を開催してほしい。
- ・ 税務・労務の講習会や調理の研修会に出席したい。
- ・ IT、計数管理を受講したい。経営、人材確保の情報を入手したい。

<組合事業・イベント等>

- ・ 電気、ガス、水道等の料金を安価にしてもらいたい。
- ・ 組合員に食材の仕入等の割引を検討してもらいたい。
- ・ 組合組織を利用して月に一度のそばの日を設定してイベントを開催した方が良いと考える。
- ・ 店のメニューを作りたい。繁盛店のメニューを参考にしたい。
- ・ 年中行事を減らして蕎麦券、出前券、シニア券等の作成研究を希望する。

2 麺類非組合員

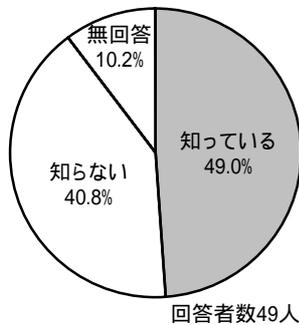
(1) 生活衛生同業組合への加入関係

- 1) 組合自体の存在については50%近くが知っているが、その活動内容は70%以上が知らない。
- 2) 知っているとした活動内容は、「融資制度」が最も多く60%以上、「共済制度」「経営に関する情報提供」「各種研修会の開催」がそれぞれ46%となっている。
- 3) 組合へ加入していない理由は、「活動の情報が伝わらない」「加入メリットの情報がない」が40%強、次いで「加入のメリットが少ない」「組合活動に関心がない」「経営がきびしい」が20%台である。
- 4) 組合加入の条件は、「組合の存在感をアピールする行事」が最も多く、「景気の回復」「融資制度」「研修会や講演会の開催」が続く。
- 5) 組合ホームページについては、「知らない」との回答が70%以上と周知不足である。

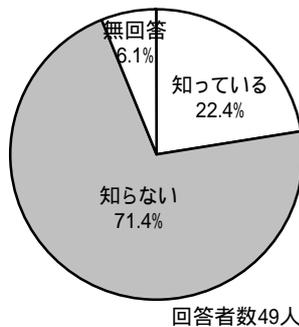
<提言>

非組合員の勧誘のためには、組合活動の周知・理解が必要。他の関連組合（例えば、東京都麺類連組合飲食店組合、東京食品販売など）との相違がわかりにくいので、相互連携により非組合員を含む同業者の理解・認識を高めることも課題である。

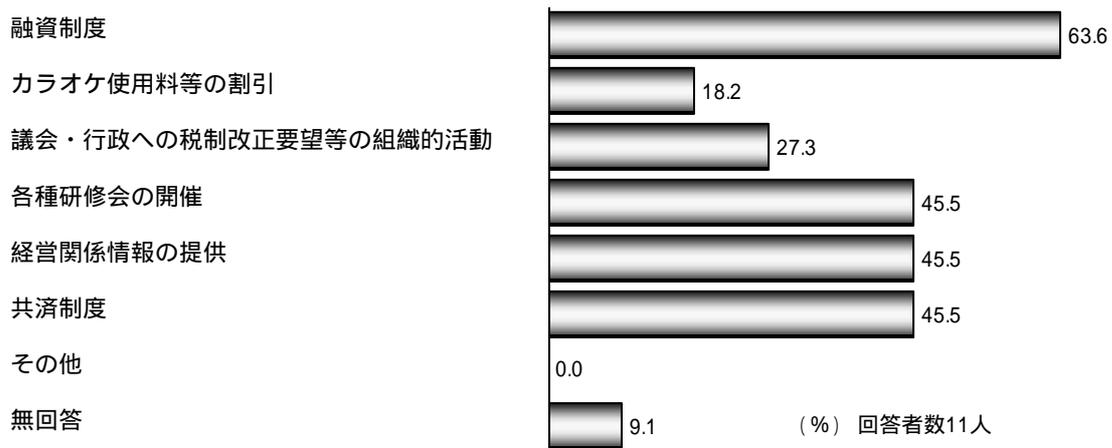
問1 飲食業やサービス業の事業者で組織する生活衛生同業組合がありますが、ご存じでしょうか。（麺類営業では、麺類生活衛生同業組合）



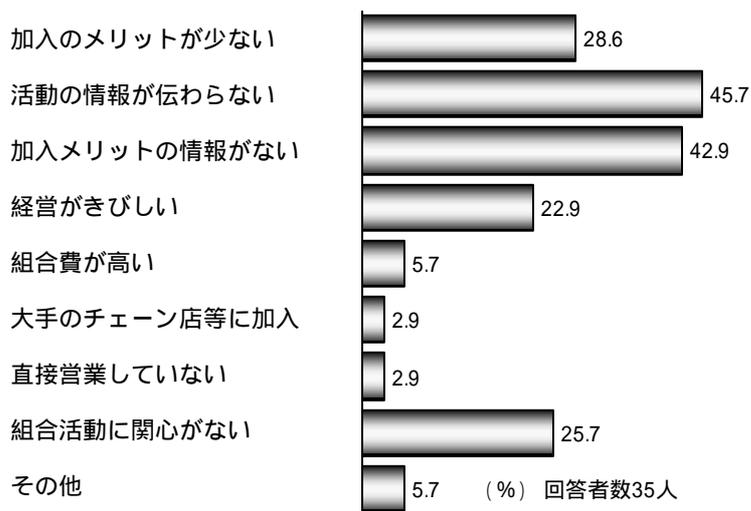
問2 生活衛生同業組合では、組合員のために様々な活動を行なっていることをご存じでしょうか。



「知っている」をお選びの方へ、その内容をお選びください。 【複数回答可】



問3 同業組合へご加入されていない理由がございましたら、ご回答をお願いします。

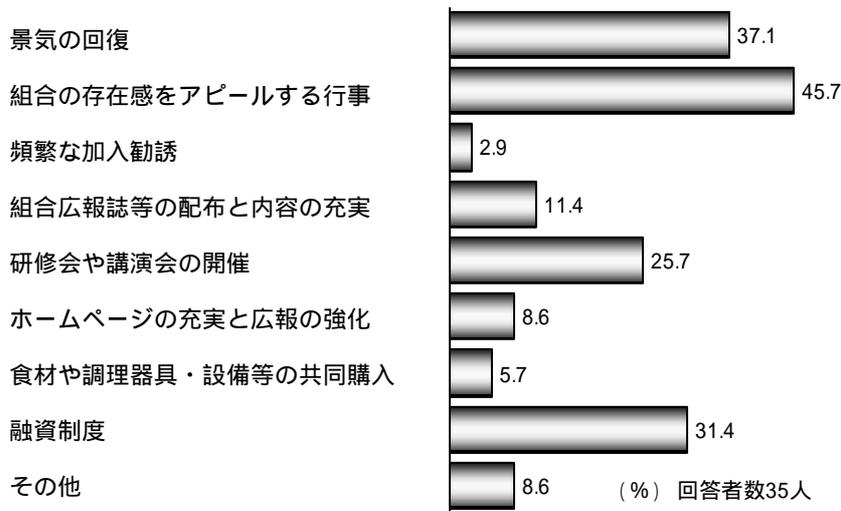


*「その他」の主な内容

(知らないので加入する理由がない。東京都麺連組合に参加している。)

問4 同業組合へご加入されるとしたら、どのような条件が必要とお考えでしょうか。

【複数回答可】

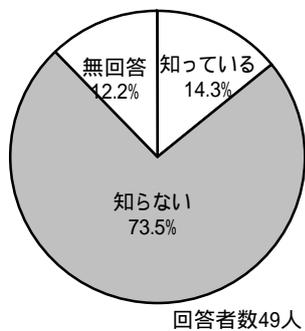


*「その他」の主な内容

(加入メリットがあれば考える。会合が飲み会になりやすいのではないか。)

問5 各同業組合ホームページのお客様向けのサイト(*下欄参照)をご存じでしょうか。

(*) 麺類では「そばマップ : <http://www.menkyo.or.jp>」



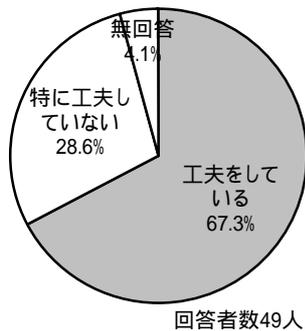
(2) 営業向上の取り組み

- 1) お客様を獲得するために70%近くが何らかの工夫をしている。
- 2) 工夫の内容は、「お客様のニーズへの対応」が42%と最も多く、次いで「メニューを時間帯で変更」「店を改装」「時間帯を限ったサービスの提供」などが上位である。
- 3) 他のお店で参考となるポイントは、「商品メニュー」「価格」「サービス」「お店の雰囲気」の順であり、組合員より「価格」の割合が約2倍となっている。
- 4) 経営上の工夫を得るのは、「自分自身で実地調査」が最も多く、「同業者」「雑誌」「取引商社」が続く。
- 5) 経営上の情報や官庁からの通達を得るのは、「同業者」が最も多く、「組合の広報紙や役員」「日刊新聞」「雑誌」が続く。

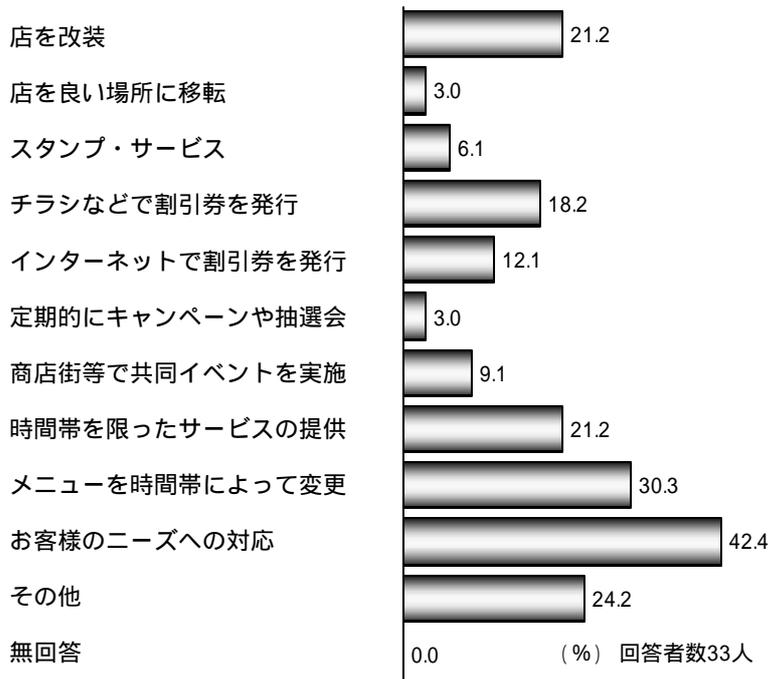
< 提言 >

組合員、非組合員を問わず、様々な工夫に取り組む姿勢は同様であり、顧客志向では完全に一致する。情報の発信源や経営情報や官庁通達のパイプとしての組合の存在意義をアピールすべきである。

問6 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。



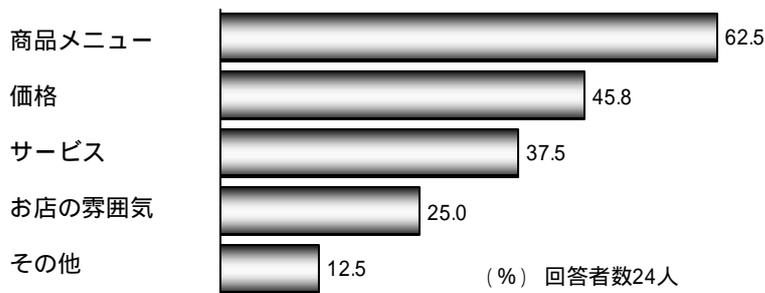
「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(消費税をサービス。接客、器、味の工夫。おいしい料理・家庭では作れない料理の提供。日曜・祭日の限定メニュー。営業時間を長くした。季節毎のメニューを頻繁に替える。材料の厳選)

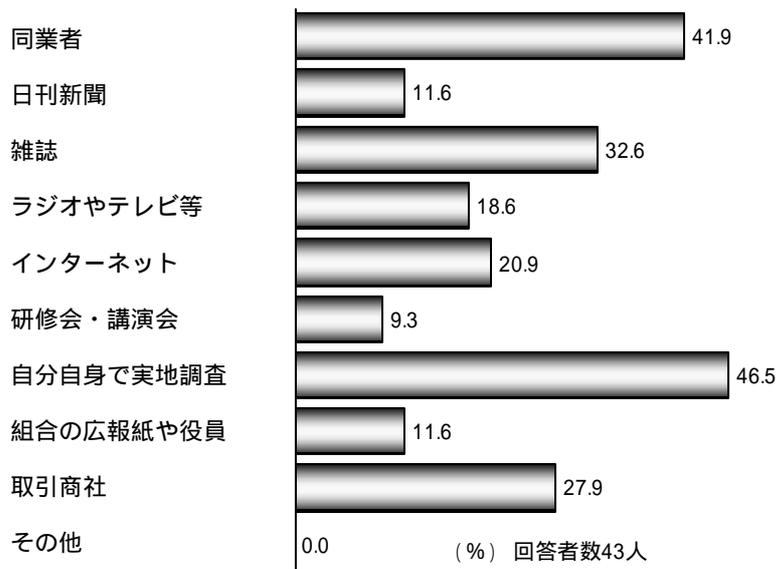
問7 他のお店の商品メニューやサービスなどで、今後参考にしたいものがありますか。



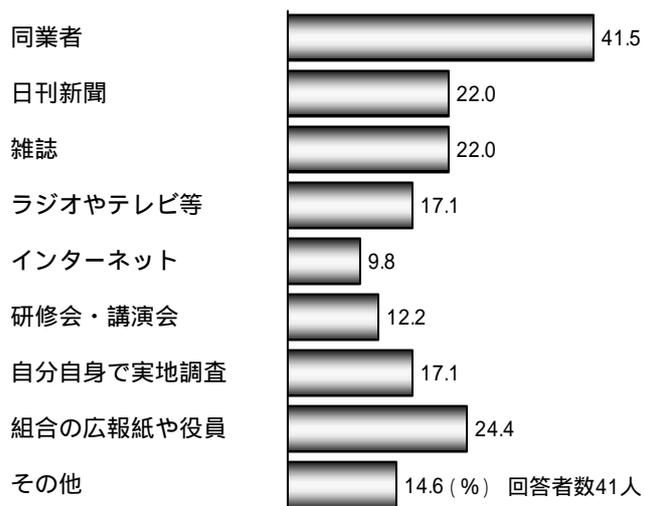
「各項目」の主な内容

- (1) 商品メニュー (朝の定食。混ぜご飯セット。老人向け。健康志向のメニュー。季節のメニュー。そば屋っぽくない料理)
- (2) 価格 (300円代のもの。高品質なものを安価に売る。)
- (3) サービス (制服。常連の思考を個々に把握。自分の店に合ったサービス)
- (4) お店の雰囲気 (センスの良い内装屋。禁煙の徹底の難しさ。独自の雰囲気の出し方)
- (5) その他 (駐車場がほしい。)

問8 経営上の工夫事例は、どこからヒントを得ていますか。【複数回答可】



問9 経営上の情報、監督官庁からの通達や公告などは、どこから得ていますか。【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(問屋、商工会、お客様)

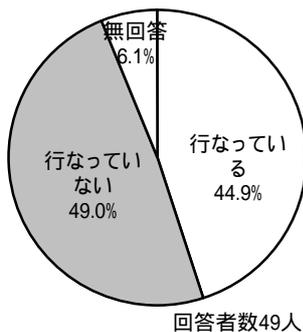
(3) IT(情報技術)の対応

- 1) ITへの対応は、「行なっている」が45%、「行っていない」が49%である。組合員より対応している割合が高い。
- 2) 具体的なIT化の内容は「パソコンで経理や経営分析」が55%と最も多い。次いで「ホームページでPR」「ホームページは商用、地域サイトにリンク」のホームページ関連がそれに次ぎ、「食材や調理器具・設備等の発注」「顧客管理」も行なっている。
- 3) ITの効果としては、「経営・事務処理の効率的にできる」が55%と圧倒的に多く、次いで「情報が得やすくなった」が23%、「お客様の増加」は9.1%である。
- 4) IT化を進めるための障害は、「パソコンを研修する機会がない」が23%で最も多い。
- 5) IT化を行っていない理由は「パソコンの操作ができない」が50%、「パソコンが理解できない」が38%である。

<提言>

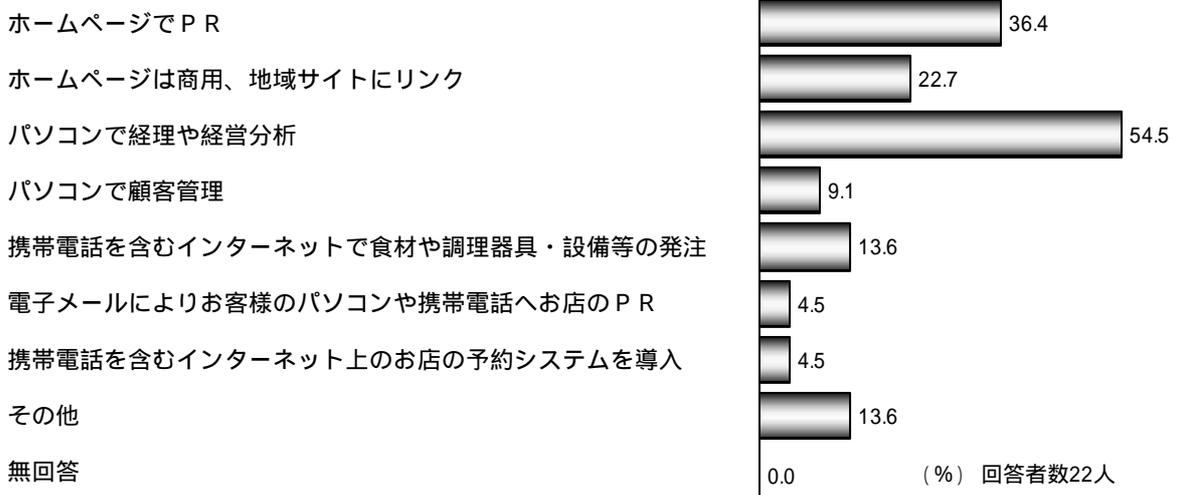
パソコン研修会の周知度が低いのは、組合広報誌が購読されていないためと考えられる。また、Webサイトでのパソコン研修会開催を広報しても、東京都生活衛生営業指導センターのWebサイト自体が周知されていないのでは、周知されようがない。

問 10 IT（情報技術、パソコンによる経営合理化や携帯電話を含むインターネット利用）の対応は、行なっていますか。

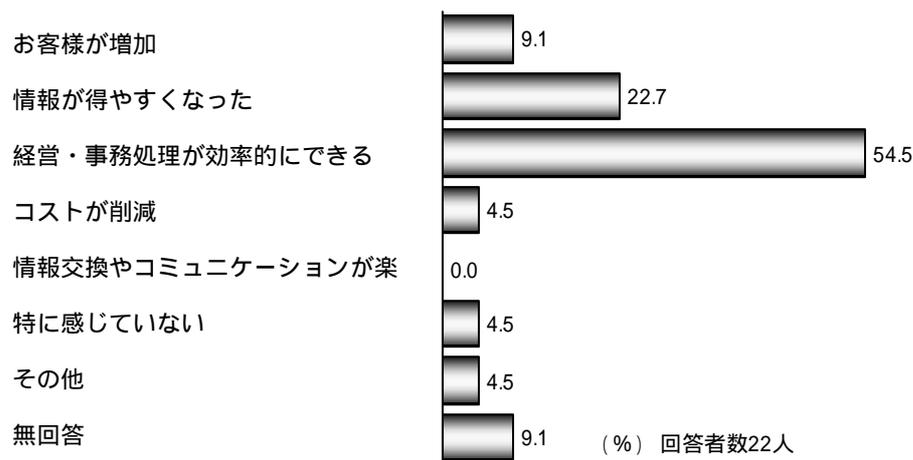


問 10 - 1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

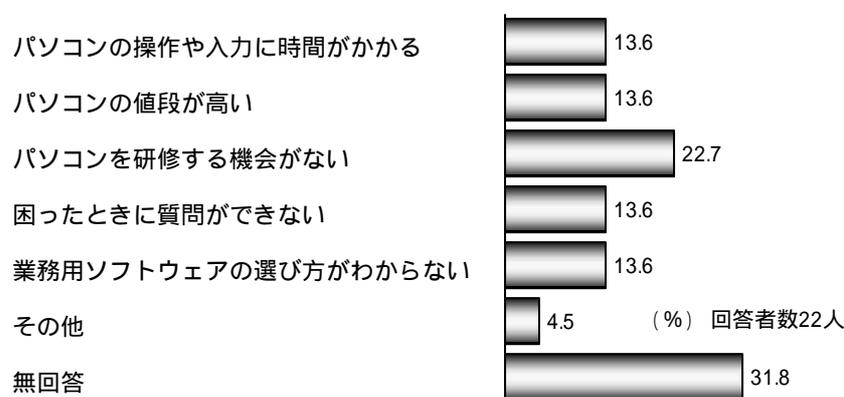
ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。



イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。【複数回答可】

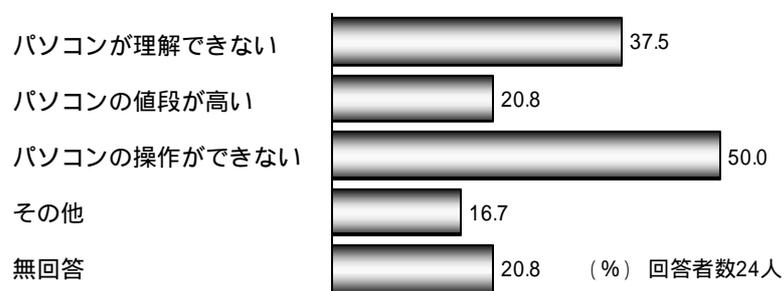


ウ IT化を更に進めるため、障害となっていることがありますか。



問10-2 「行っていない」をお選びの方へ 【複数回答可】

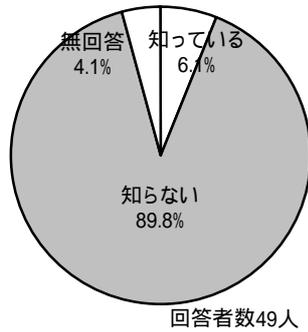
「行っていない」理由はどのようなものでしょうか。



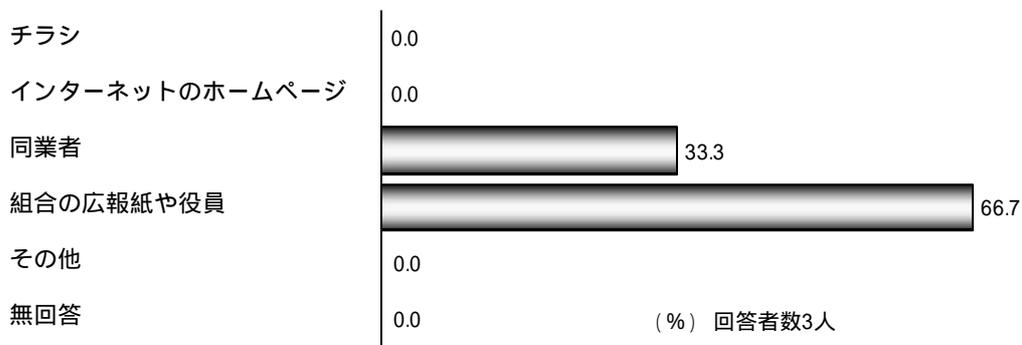
*「その他」の主な内容

(業務にパソコンの力を信じていない。インターネットを利用する客が極端に少ない。効果があるのか、不安である。)

問11 東京都生活衛生営業指導センターでは2日間のパソコン研修会(受講料：2千円)を年間20回程度開催していますが、ご存知でしょうか。



「知っている」をお選びの方へ、開催をどのような方法で知りましたか。 【複数回答可】



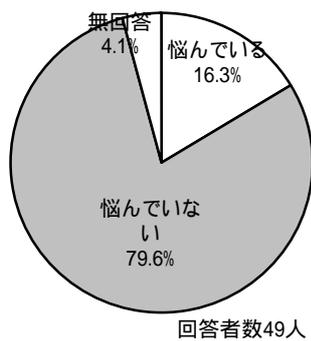
(4) 後継者問題

- 1) 後継者問題は「悩んでいる」が16%と、組合員の31%に比し少ない。
- 2) 悩んでいる理由は、子供が「いない」「既に別の仕事」「あとを継がない」の他、「子供以外の後継者もない」などである。
- 3) 悩んでいない理由は、「自分の代で廃業を決めた」が46%と最も多く、後継者がいる場合を大きく上回っている。

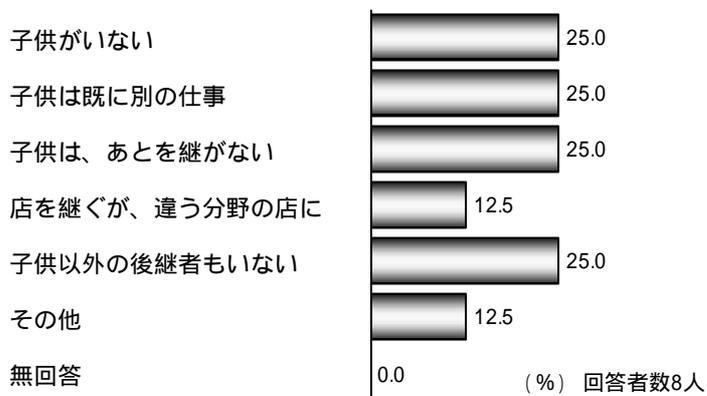
<提言>

組合としては、非組合員の廃業相談、後継者対策や税務対策などの支援はできない。しかし、組合によるこうした問題への配慮は、業界全体として必要である。Web サイト上で事例を紹介するなど、コストパフォーマンスが高いと考えられる。

問 12 あなたは後継者の問題で悩んでいますか。

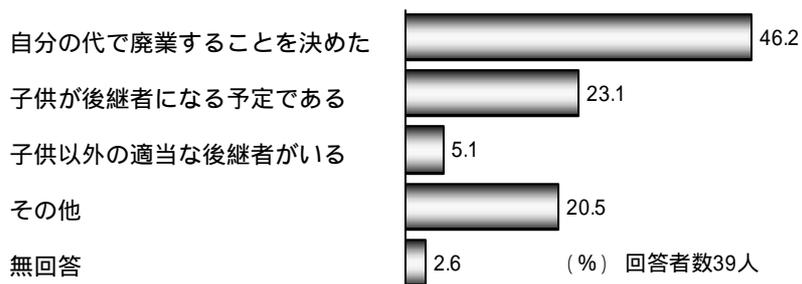


問 12 - 1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(継いでも営業が難しい。客の形が変わってきた)

問 12 - 2 「悩んでいない」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(子供には自分の意志で将来を決めて欲しいので特に後継者として考えていない。まだ考える年齢ではない。お店が会社のため。どちらになってもかまわない。)

(5) 他業種との関係

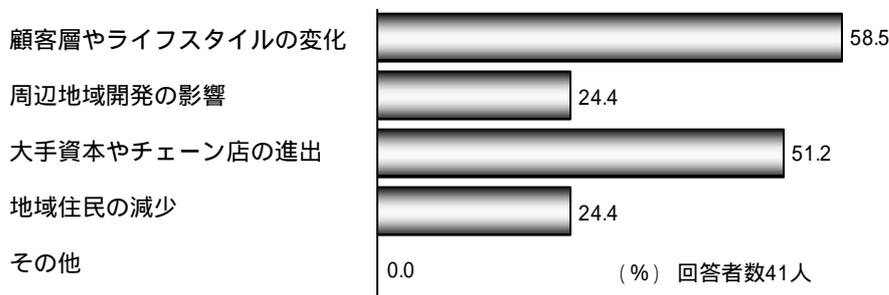
1) 経営状態が厳しくなった原因と考えられる環境変化は「顧客層やライフスタイルの変化」が59%、「大手資本やチェーン店の進出」が51%と多く、そのほか「周辺地域開発の影響」「地域住民の減少」がそれぞれ25%弱である。

2) 他業種との連携を検討しているのは、8.2%に過ぎない。

< 提言 >

非組合員の状況は組合では把握されていないが、業界全体としての問題については組合としても対処することが必要である。同じような経営上の問題は、組合員に対しても起こりうるリスクがある。

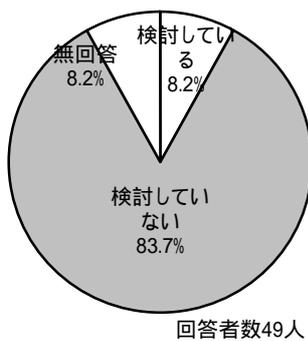
問 13 経営状態が厳しいとお考えの場合、その原因はどのような環境の変化でしょうか。



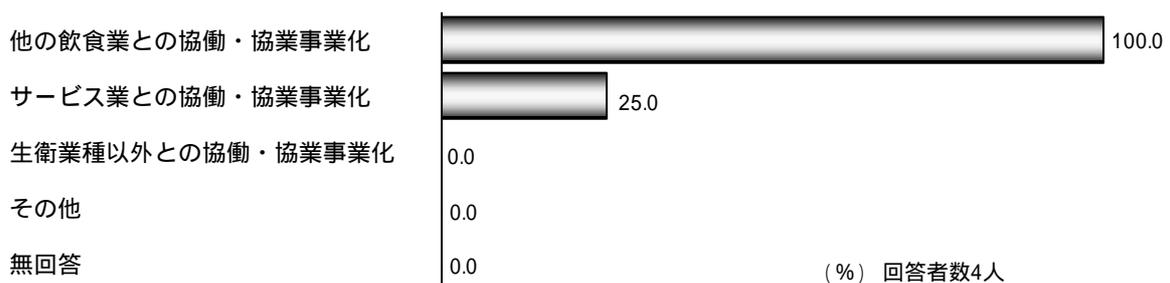
*「その他」の主な内容

(顧客層の高齢化による退職・転勤等。店舗がオフィスビル2階のためフリー客が少ない。住宅街での営業のため)

問 14 将来的に、営業形態として他業種との協働・協業化を検討されていますか。



「検討している」をお選びの方へ 【複数回答可】



(6) 自由記述

ア 現在、お店を運営していく中で最も困っていることは、どのようなことでしょうか。

- ・人の教育と人材確保、人手不足の面が1番困っている。
- ・従業員の確保、人件費の高騰、売上の減少等
- ・後継者の確保
- ・後継者が別の仕事に就いているので、自分の代で店をたたまなければならない。店も古くなり改造してリフォームを考えていた。
- ・後継者(息子)が経営の勉強をしない。パソコンを使うと簡単、便利だと思うが、勉強する時間がない。日曜、祭日など店が休みの時に低価格で教えるところがあるといいと思う。
- ・病気のため経営に困っている。
- ・ほぼ1人で経営しているので健康上の問題がある時でも休めないこと、昼間のパート募集もいい人が見つからないこと。
- ・大手資本の安売り競争には勝てない。働いても働いても手元には何も残らず、ボランティアのような営業を続けている。それでも食べていければ良いが、消費税率アップになれば廃業も考えなければならない。
- ・他の店との差別化がうまくいかないこと。
- ・売り上げ減少
- ・営業不振、資金不足、長時間労働
- ・客席数が足りない。
- ・借入れをしても相応に貸してもらえない。(信用保証協会、中小企業金融公庫、国民金融公庫)
- ・駐車場がなくて困っている。店にも近くにもない。
- ・運転資金が必要
- ・現在の若い人は日本蕎麦をあまり好きでない時代に入り、家族で経営しているが、年齢的にも74歳で、あと1年くらいで閉店の予定です。近所の商店街は半分以上がシャッターが下りている。先行き不透明の状態です。
- ・日本蕎麦店を営業しているが、夜の来客数が少なくて困っている。
- ・価格の変化、高いものにできない。老人が多くなり少しの量でよいという人が増えている。
- ・景気のいいときは住宅街で良かったが、今は客が来てくれない。お客の小会社もなくなる。
- ・営業を始めて7年目だが、過去6年間のデータがまるで役に立たない。そばは粉のままなら1か月ほどの保存が可能だが水と合わせて生麺にすると加工当日しか商品として成り立たない。夫婦2人で営む9席だけの店だが満席で2回転した次の日が1日やって10名程度で終了するなど、曜日、天気、気温、地元のイベント、TV放送など各ファクターが影響する。
- ・独自の店と昔風の店を融合させたいこと。
- 住宅街での経営だが、今のところうまくいっているが、客単価がどんどん低下している。メニューを考え、単価を上げようとしているが、ロスが増えるだけで原価が高くなってしまふ。

イ 生活衛生同業組合への要望

- ・現在飲食店組合、東京食品販売の組合に入っているが、それとどうちがうのか?
- ・個人で店をやっている人達は、働く人も少ないし、普段の日は時間がとれない。日曜、祭日に低価格で受けられるパソコン研修会、メニュー、経営に関する講習会、セミナーなどあるといいと思う。
- ・すし、ラーメンの様にそば、うどんがもっとマスコミに取り上げられるよう努力願いたい。手打ちの専門店と出前中心店の違いや、品書きのバリエーション等まるで理解していない日本人、老いも若きもが多すぎる。業界活性化をさせるにはそば・うどんとは?を一から説明、PRすることが必要で、その責務は業界団体にあると思われる。
- ・PRと一般的に役に立つ事等の連載記事が欲しい。役に立つ事も個人差があり難しいが、何か目玉が欲しいと思う。
- ・融資制度の拡充

3 料理生活衛生同業組合員

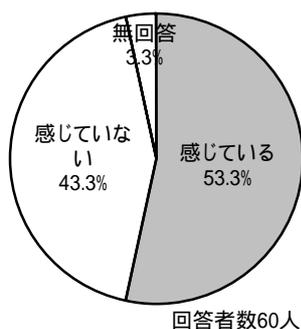
(1) 生活衛生同業組合への加入関係

- 1) 組合への加入にメリットを感じている組合員は 53%、その理由は、「様々な情報源」が最も多く約 70%、以下「有利な融資」「議会・行政への税制改正要望等の活動」の順であり、「各種研修会」「各種の共済制度」は 10%に満たない。
- 2) 組合員が減っている原因は、「組合加入のメリットの少なさ」が 45%で最も多く、「加入メリットの情報がない」「経営がきびしい」「活動の情報の伝達不足」などがそれに次いでいる。
- 3) 組合員を増やす方策としては、「景気の回復」と「組合の存在感を訴える行事」がともに 52%と最も多く、「融資制度や共済制度の充実」「研修会や講演会の開催」が続く。

< 提言 >

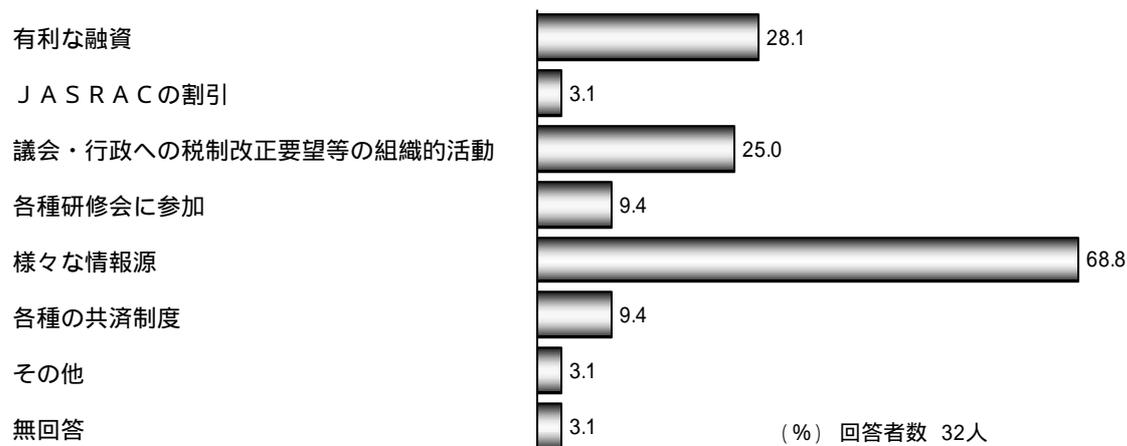
組合員は組合を様々な情報の提供源として期待している。退会防止と加入促進のためには、組合からの積極的な情報発信が求められているといえる。

問1 生活衛生同業組合加入のメリットを感じていますか。



問1 - 1 「感じている」をお選びの方へ 【複数回答可】

ア メリットとして感じるのは、どのようなことですか。



(*) JASRAC は (社) 日本音楽著作権協会、カラオケ使用料金の割引特権あり

*「その他」の主な内容 (カード割引がある。)

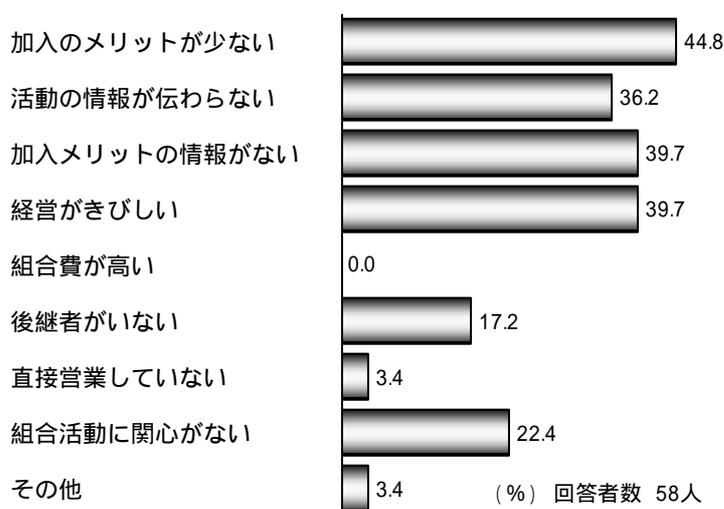
イ 組合加入のメリットを感じる具体的な事例があればご記入ください。

- ・融資
- ・試食研修や法令変更を通知してもらえる。
- ・ぐるなび等の情報の最先端からの刺激が受けられる。
- ・融資条件やクレジットカード会社の条件等が有利になる。

問1 - 2 「感じていない」をお選びの方へ組合加入のメリットとして何を期待していますか。

- ・融資条件の改善
- ・組合の活動内容を知らないのではわからない。
- ・経営の方に忙しくそれどころではない。
- ・特にないが、なにかの時に期待
- ・情報

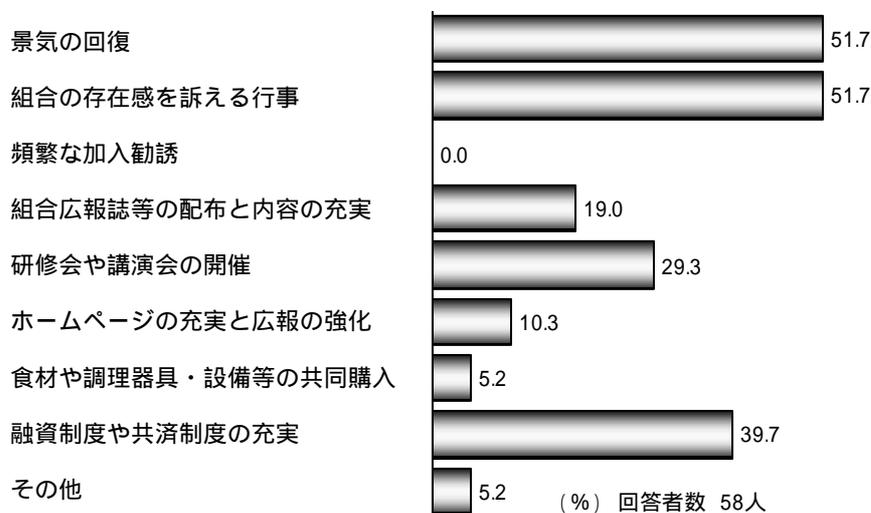
問2 組合員が減っていますが、その原因はどこにあるとお考えですか。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(廃業が多い。一部の役員だけが運営している為他人事になっている。)

問3 組合員を増やすにはどのような方策があるとお考えですか。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(ホームページなどで活動状況を見られると良い。身近に感じる組織。飲食組合との関係整理。各地域の関連組合との連携がほしい。)

問2-問3のクロス集計

1)「組合員が減っている原因」の回答と、「組合員を増やすにはどのような方策があるのか」の回答とをクロス集計した。

2) 組合員の減少原因を「加入のメリットが少ない」としている回答者は、増加策として「景気の回復」がトップで、「組合の存在感を訴える行事」「融資制度や共済制度の充実」が次いでいる。

3) 同じく「加入メリットの情報がない」との回答者は、「組合の存在感を訴える行事」が約70%、次いで「研修会や講演会の開催」をあげている。

4)「経営がきびしい」との回答者は、「景気の回復」が70%を超え、「融資制度や共済制度の充実」も60%近くがあげている。

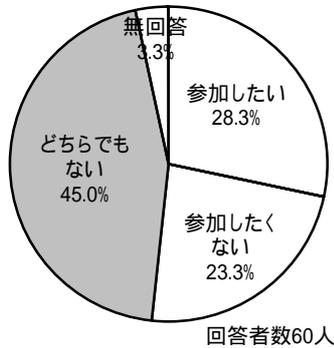
5)「活動の情報が伝わらない」との回答者は、「組合の存在感を訴える行事」がトップで、「景気の回復」「研修会や講演会」「融資制度や共済制度の充実」をあげている。

<提言>

この結果から組合員の減少を防ぐためには、組合加入のメリットを正しく伝え、役立つ経営情報を発信するなど、組合の存在感を打ち出す努力が求められているといえよう。ただし本業界では、経営形態(家族経営で保守的、世代交代し革新的)とマーケティングにおける志向性(小規模志向、宴会を含む大規模志向)の二極化がみられ、こうした構造を踏まえた現状認識のもとでの情報発信が望ましい。

		問3 組合員を増やす方法									
		回答者数	景気の回復	組合の存在感を訴える行事	頻繁な加入勧誘	組合広報誌等の配布と内容の充実	研修会や講演会の開催	ホームページの充実と広報の強化	食材や調理器具・設備等の共同購入	融資制度や共済制度の充実	その他
問2 組合員が減っている原因	加入のメリットが少ない	26	57.7	46.2	0.0	11.5	34.6	11.5	3.8	46.2	7.7
	活動の情報が伝わらない	21	52.4	61.9	0.0	14.3	38.1	14.3	14.3	33.3	9.5
	加入メリットの情報がない	23	30.4	69.6	0.0	26.1	43.5	4.3	4.3	26.1	8.7
	経営がきびしい	23	73.9	39.1	0.0	13.0	30.4	8.7	4.3	56.5	8.7
	組合費が高い	0									
	後継者がいない	10	70.0	40.0	0.0	10.0	30.0	20.0	0.0	80.0	0.0
	直接営業していない	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	組合活動に関心がない	13	53.8	46.2	0.0	7.7	23.1	15.4	0.0	38.5	15.4
	その他	2	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

問4 (社)中小企業診断協会に属する中小企業診断士による経営改善のための無料経営診断(5日～6日程度の個別企業相談、診断、調査など)の機会があれば、参加したいと思いますか。
 なお、この診断は、企業秘密が保持されます。



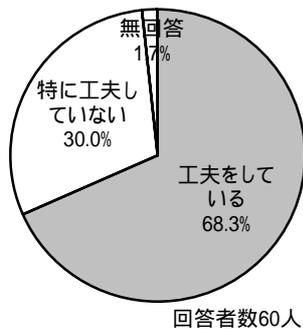
(2) 営業向上の取り組み

- 1) お客様を獲得するために工夫をしている組合員は70%近くに達し、内容は「お客様のニーズへの対応」が51%、「店を改装」44%、「インターネットで割引券を発行」39%等が上位であり、いわゆるタイムサービス(「メニューを時間帯によって変更」「時間帯を限ったサービスの提供」)は、30%以上が実施している。
- 2) 他のお店で参考としたいものは、「商品メニュー」が最も多い。
- 3) 経営上の工夫を得るのは、「自分自身で実地調査」が56%で最も多く、「組合役員・同業者」、「インターネット」がこれに続く。

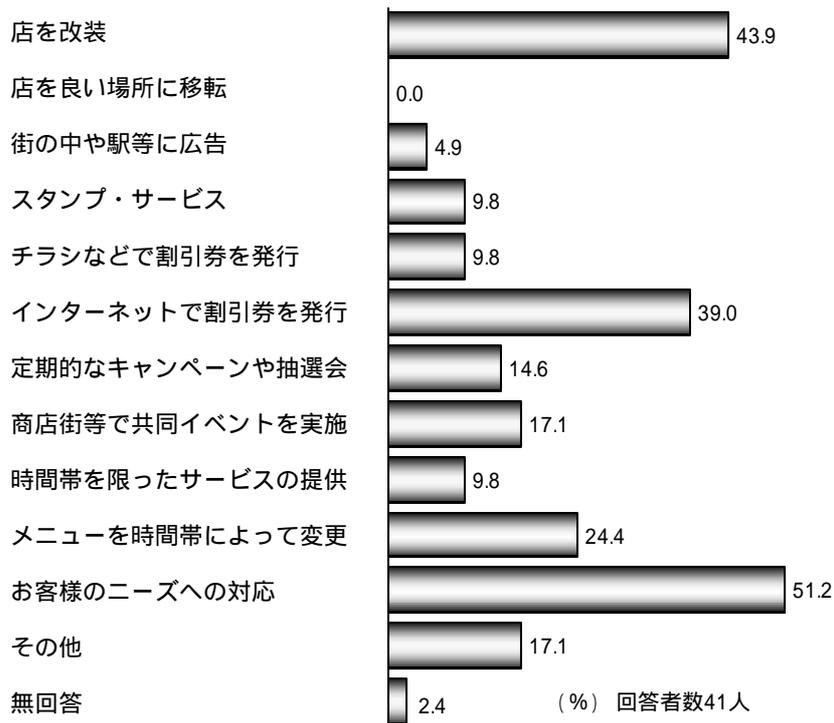
<提言>

サービス、お店の雰囲気、商品メニューが満足できるレベルであることが要求される料理業では、薄利多売のような営業戦略は選択できない。お客様のニーズと提供できるシーズのマッチングが重要な検討テーマとなる。

問5 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。



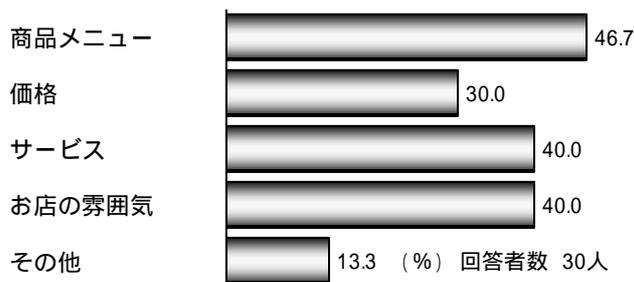
「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(インターネット等に広告。HPの充実。店舗力を向上。店の特徴への特化。きめ細かい工夫。日替わりメニュー。リピーターとしてこられるよう料理・接客等配慮)

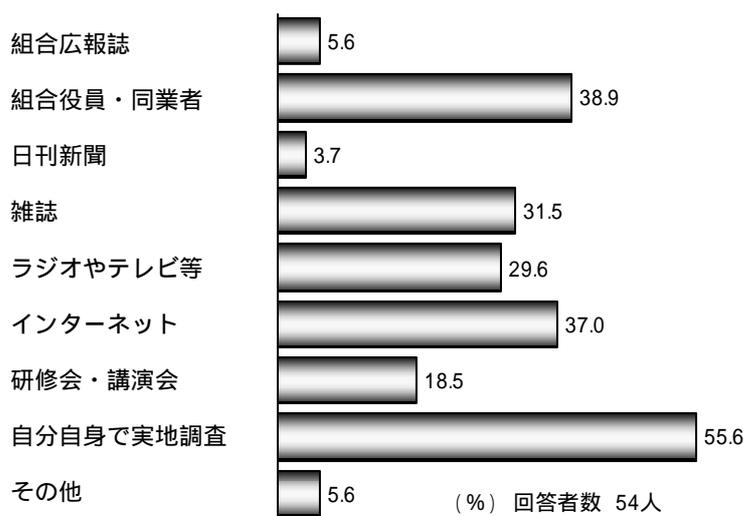
問6 他のお店の商品メニューやサービスなどで、今後参考にしたいものがありますか。



「各項目」の主な内容

- (1) 商品メニュー (新メニューの提案。産直野菜や無農薬、スローフード等。若い人から年輩の人まで喜ばれるもの)
- (2) サービス (人材の募集、育成等。接客方法。従業員の教育)
- (3) お店の雰囲気 (間接照明)
- (4) その他 (客の考え方がもっとよくわかればいい。店舗の造り。システムや大きさが違うので参考にならない。実際に食べ歩いて良いと思ったものをアレンジする。)

問7 経営上の工夫事例は、どこからヒントを得ていますか。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(お客様の意見。関連書籍。繁盛店の情報がほしい。)

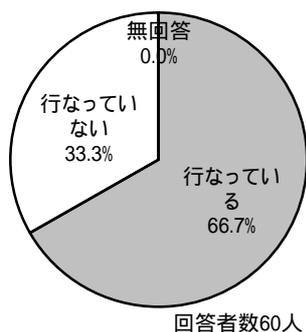
(3) IT (情報技術) の対応

- 1) IT化への対応は、70%近くが行なっている。
- 2) IT化への対応の内容は、「ホームページでPR」が90%「ホームページは組合のサイトへリンク」が67.5%と、ホームページの活用が顕著である。「パソコンで経理や経営分析」「パソコンで顧客管理」はそれぞれ約40%、「携帯電話やインターネット上の予約システムを導入」も27.5%が実施している。
- 3) ITの効果としては、「情報処理が得やすくなった」が50%を超え、「お客様が増加」43%「経営・事務処理が効率化にできる」36%がそれに続く。
- 4) IT化の障害は「パソコンの操作や入力に時間がかかる」が38%と最も多い。
- 5) IT化を行っていない理由は「パソコンの操作ができない」が60%、「パソコンが理解できない」40%などである。
- 6) 東京都生活衛生営業指導センターによるパソコン研修会を「知っている」が約27%で周知不足である。

<提言>

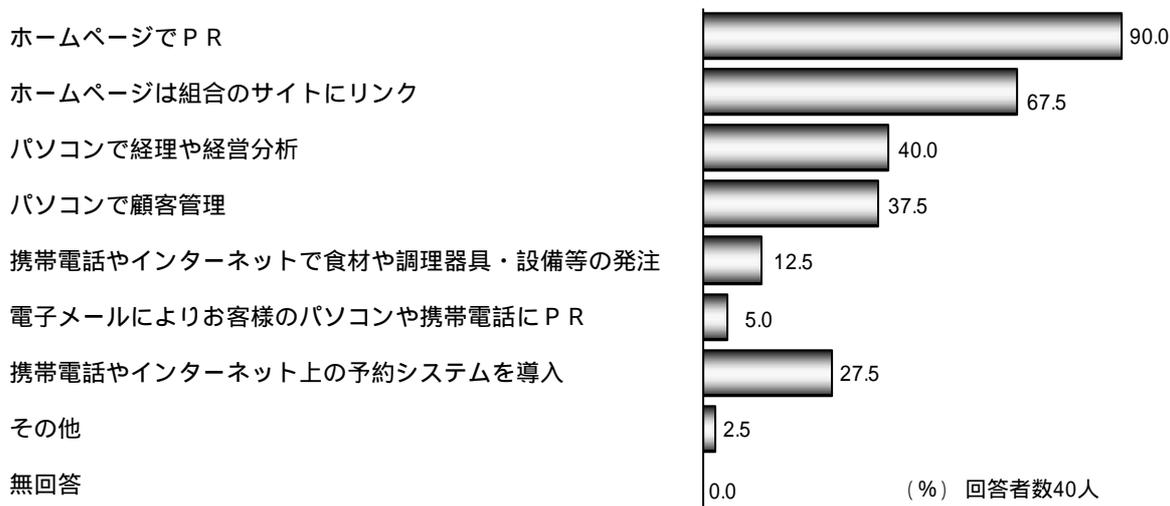
ITに敏感な経営者層が増えている。ホームページで積極的にPRしており、経理や顧客管理等の経営効率化への活用も進んできている。今後組合員全体の更なるスキルアップが求められるが、その一方で、PR等にあたっては、情報の受け手である顧客側にさほどIT化になじまない世代もあることも考慮しておく必要がある。

問8 IT（情報技術、パソコンによる経営合理化や携帯電話を含むインターネット利用）化への対応は行なっていますか。

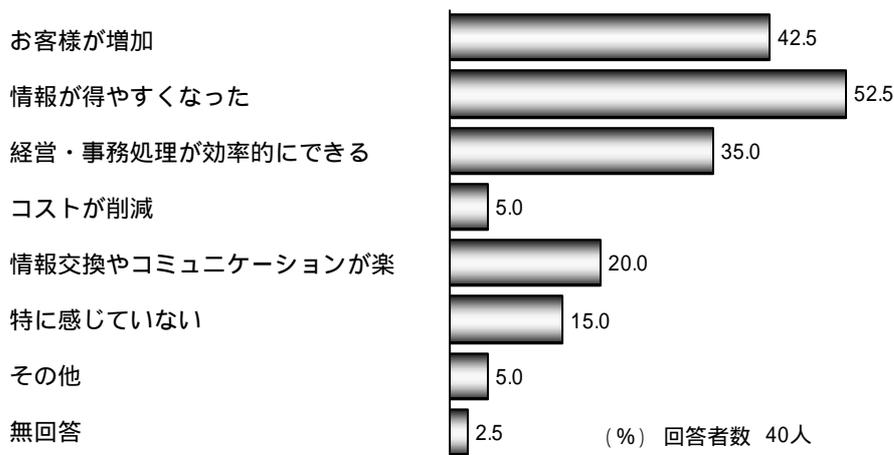


問8 - 1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。

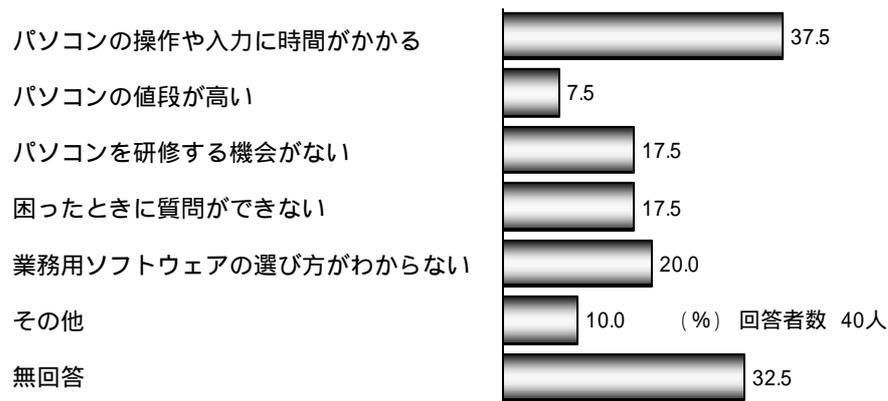


イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(リスクやデメリットもある。HPでお客様の声が直接聞ける。)

ウ IT化を更に進めるため、障害となっていることがありますか。

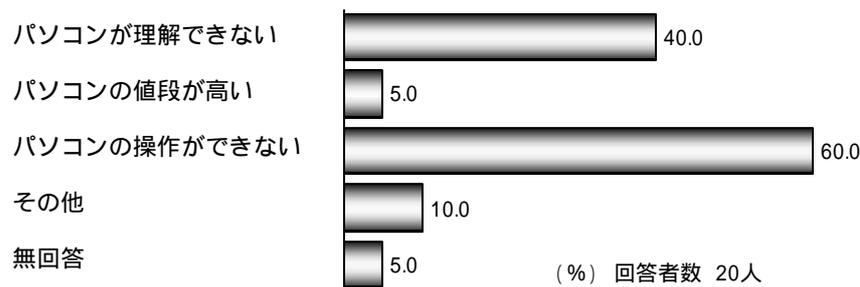


*「その他」の主な内容

(操作ができない人がいる。自分でソフトを作るが時間がかかる。市販品では機能が合わない。障害はない、努力するだけ。PC操作が未熟なため、多様な活用ができない。)

問8 - 2 「行っていない」をお選びの方へ 【複数回答可】

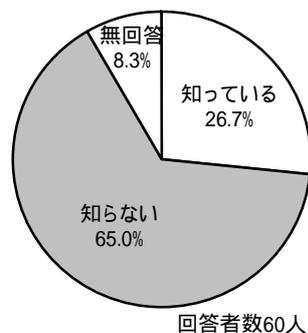
「行っていない」理由はどのようなものでしょうか。



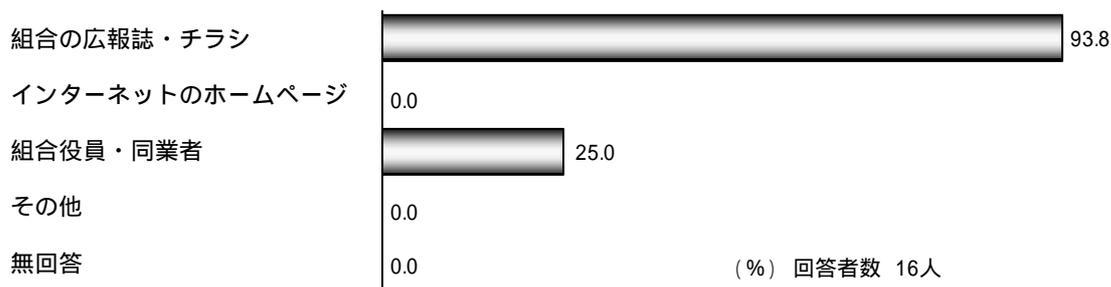
*「その他」の主な内容

(かつて、やっていたがあまりメリットがなかった。)

問9 東京都生活衛生営業指導センターでは2日間のパソコン研修会(受講料:2千円)を年間20回程度開催していますが、ご存知でしょうか。



「知っている」をお選びの方へ、開催をどのような方法で知りましたか。 【複数回答可】



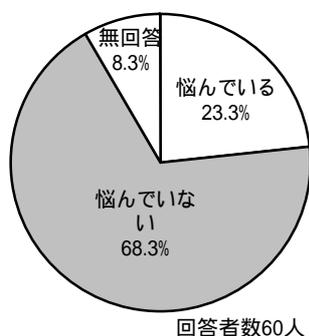
(4) 後継者問題

- 1) 後継者問題で「悩んでいる」のは20%余りであり、その理由は「子供以外の後継者もない」、子供が「いない」「既に別の仕事」「あとを継がない」と様々である。
- 2) 悩んでいない理由は、「子供が後継者になる予定である」及び「子供以外の後継者がいる」を合わせると60%を超え、「自分の代で廃業することを決めた」を大きく上回る。

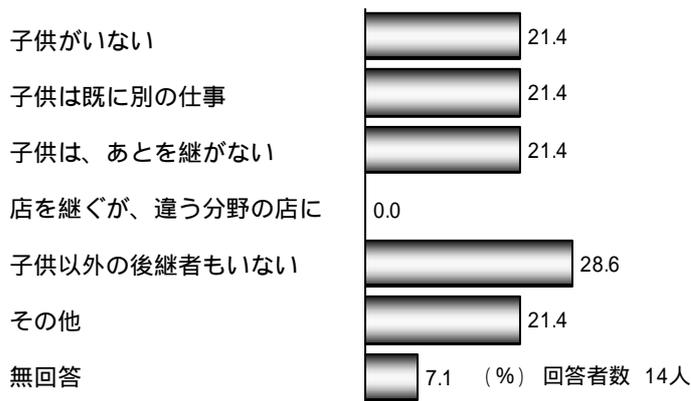
<提言>

後継者問題を組合全体の問題と捉え、転業、従業員の転職、税務などの相談にも乗ることが今後の組合としても課題である。なお、日本料理経営者数は、高度経済成長期をピークに激減し(約40年で一割弱)、近年では新規参入もない状態である。特に、日本料亭は、料理のみならず、建物、調度品、食器、庭園など和風文化を今に伝承する要としての価値がある。大衆化とは違った経営路線を再認識しながら、顧客ニーズと経営資源の適合を視野に入れた経営刷新のヒントを組合は提示することが望まれる。

問10 あなたは後継者の問題で悩んでいますか。



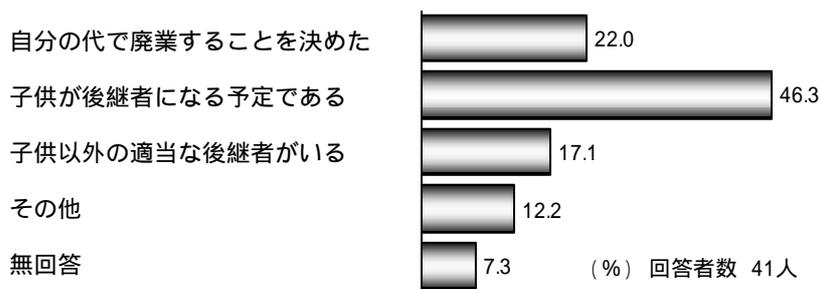
問 10 - 1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(子供と意見が合わない。子供の意志。次々世代の後継者が目下いない。)

問 10 - 2 「悩んでいない」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(まだ先のこと。子供だけに後継者を限定していない。後継者育成中)

(5) 他業種との関係

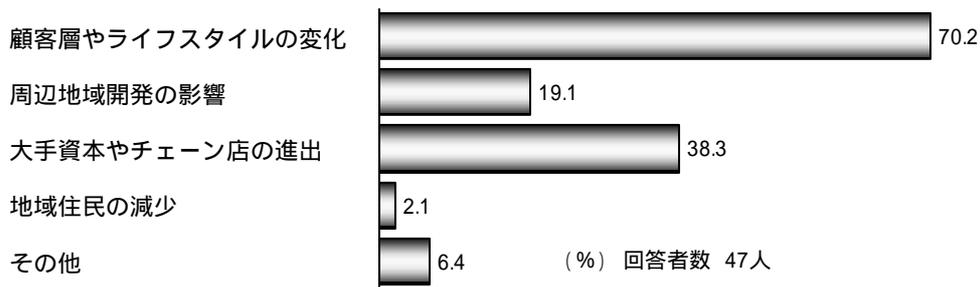
1) 経営状態が厳しくなった原因と考えられる環境変化は、「顧客層やライフスタイルの変化」が70%以上で圧倒的に多く、次いで「大手資本やチェーン店の進出」「周辺地域開発の影響」などである。

2) 他業種との連携は、75%近くが検討していない。

< 提言 >

料理業の経営ノウハウを活かした、協働・協業の模索も必要と思われる。食の安全、和食の伝統、健康食材、季節の彩りなどは貴重なノウハウである。

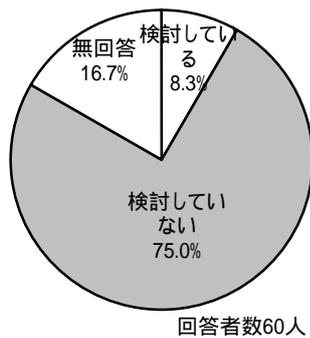
問 11 経営状態が厳しいとお考えの場合、その原因はどのような環境の変化でしょうか。



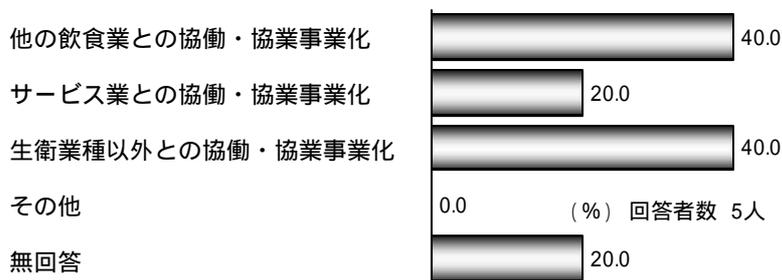
*「その他」の主な内容

(店舗力の低下。日本全体の問題。駐車場の問題。飲酒運転の厳罰化など法改正による客動向の変化に対応しきれない。)

問 12 将来的に、営業形態として他業種との協働・協業化を検討されていますか。



「検討している」をお選びの方へ 【複数回答可】



(6) 組合の広報活動

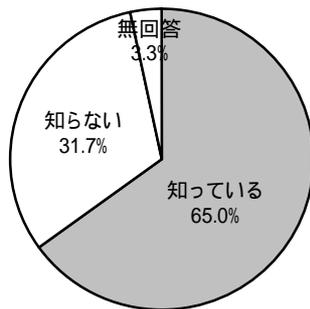
- 1) 組合ホームページのお客様向けのサイトは、65%に周知されている。
- 2) 組合ホームページに無料で各店の概要が掲載できることを「知っている」のは約半数である。
- 3) 組合が行なっている「名店お取り寄せ」「全国魚市場から取り寄せできる産地直送システム」については半数以上が知っているが、「中食市場進出促進事業」「もてなし文化の継承・普及の従業員教育事業」の周知度は低い。
- 4) 組合が実施している事業への参加意向は、「参加したい」43%「参加したくない」42%とほぼ同率である。
- 5) 「参加したい事業」は「各店ホームページの組合サイト無料掲載」が54%と最も多く、以下「各店ホームページの制作促進事業」「産地直送事業」の順である。

< 提言 >

数多くの組合活動が実施されているが、周知度にはばらつきがある。周知度が低くても、オーダーが多く活用されている活動であれば実施の意義がある。有効な活動は組合員にアピールするとともに、評価を行ないながら、より良いものへとレベルアップしていきたい。

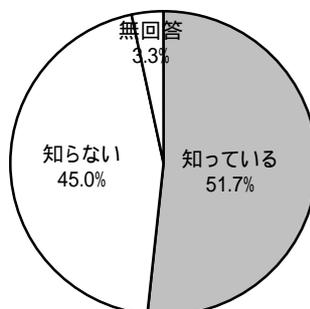
問 13-1 組合ホームページのお客様向けのサイト「料亭&料理店ガイド :

<http://gnavi.joy.ne.jp/ryoriten/>」をご存じですか。



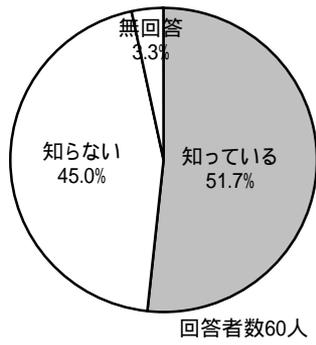
回答者数60人

問 13-2 パソコンが無くても無料で組合のホームページにお店の概要が載せられ、新規顧客の開拓につながることをご存じですか。

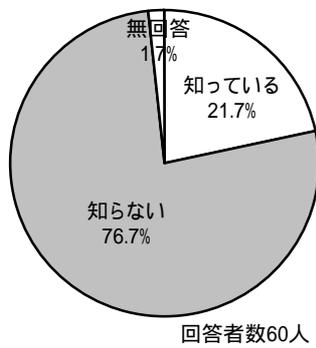


回答者数60人

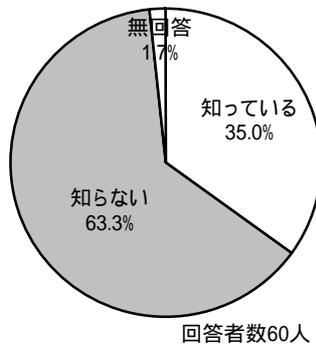
問 13-3 インターネット販売「名店お取り寄せ」をご存じですか。



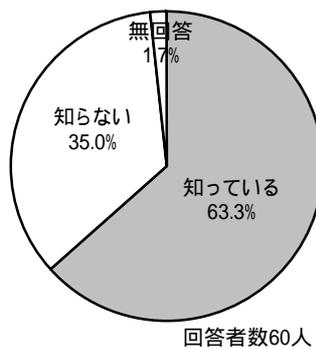
問 13-4 組合が中食市場進出促進事業を行なうことをご存じですか。



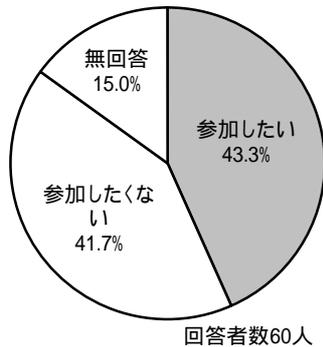
問 13-5 「もてなし」文化の継承・普及を目標とした従業員教育事業をご存じですか。



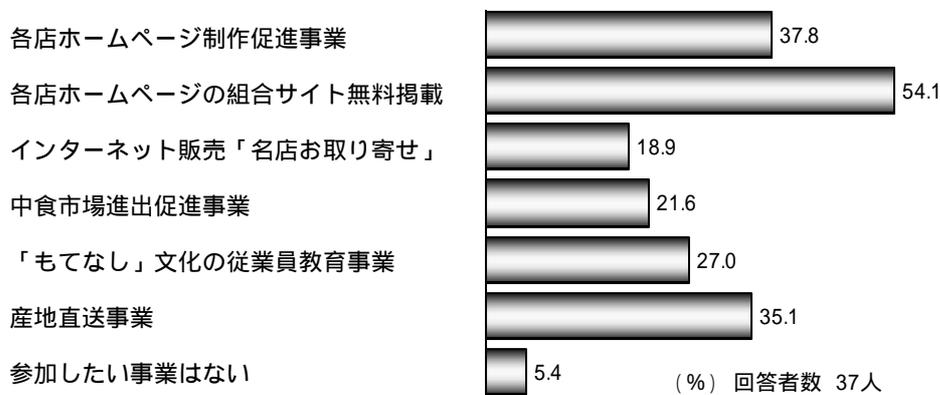
問 13-6 組合が実施している全国の魚市場から取り寄せできる産地直送システムをご存じですか。



問 13-7 組合が実施している上記の6事業について十分な説明があれば参加したいと思いますか。



問 13-8 参加したいと思う事業をお選び下さい。【複数回答可】



(7) 生活衛生同業組合への要望 (自由記述)

- ・料理メニューの講習等があれば参加したい。
- ・当店の営業時間の都合上、講演会の開催日、時刻が合わずに参加できずに残念に思うことが度々あった。時期によって平日の夕刻に開催できるかアンケート等で調べてもらい、開催日の調整をしてもらったら、更に参加しやすい。
- ・暇がないので講習会、講演会に行けない。郵便物やインターネットで色々知りたい。せっかく色々工夫されているのに知られていないのはもったいない。記名式なら返事がもらえると思う。
- ・パソコンの老人向け取り扱い講習
- ・組合を活性化させる為にもっと情報発信があると良い。特に社員育成の研修等があったら調理担当をもっと参加させたい。
- ・十分な説明があれば色々参加したい。
- ・クレジットカード手数料の尚一層の低減化を切にお願いします。
- ・経営が悪くなった昨今、組合として冷蔵庫、ガスオープン等の店の備品等の購入についてローン等の融資等を行うなどを考えてほしい。
- ・情報伝達の工夫をお願いしたい。
- ・一方的な事務連絡でなく、教師と生徒の関係のような身近な存在となってほしい。
- ・お客様の高齢化で後続の社員が来ないし、顧客のほとんどの会社が倒産したので営業ができない。
- ・私も体が悪くなるので自信がありません。

4 料理非組合員

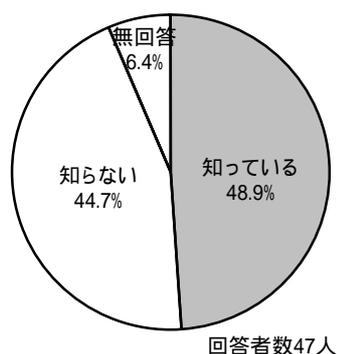
(1) 生活衛生同業組合への加入関係

- 1) 組合の存在については、約半数の回答者が知っているが、活動内容は60%以上が知らない。
- 2) 「知っている」とした活動内容は、「融資制度」が73%で最も多く、次いで「経営関係情報の提供」が53.3%、「共済制度」が33%等となっている。
- 3) 組合へ加入していない理由は、「活動の情報が伝わらない」が55%で最も多く、「加入メリットの情報がない」「経営がきびしい」などが上位である。
- 4) 組合加入の条件は、「融資制度」が43%と最も多く、「組合の存在感をアピールする行事」「景気の回復」「研修会や講演会の開催」が続く。
- 5) 組合ホームページを「知らない」との回答が80%以上であり、周知不足である。

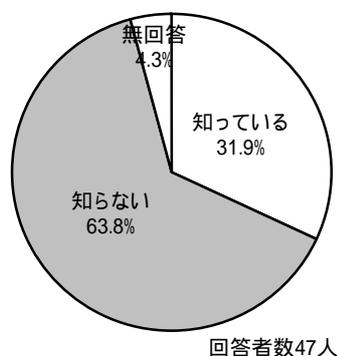
<提言>

まずは、組合及びその活動内容を知って貰うことが先決である。同業組合員との交流の中で勧誘を促進する戦略は有効と考えられる。

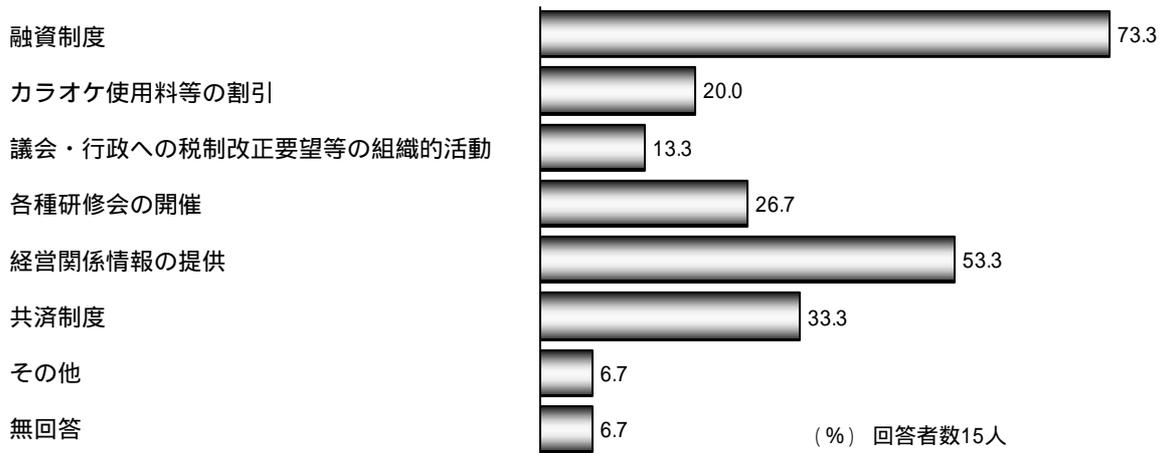
問1 飲食業やサービス業の営業者で組織する生活衛生同業組合がありますが、ご存じでしょうか。
(料理営業では、料理生活衛生同業組合)



問2 生活衛生同業組合では、組合員のために様々な活動を行なっていることをご存じでしょうか。

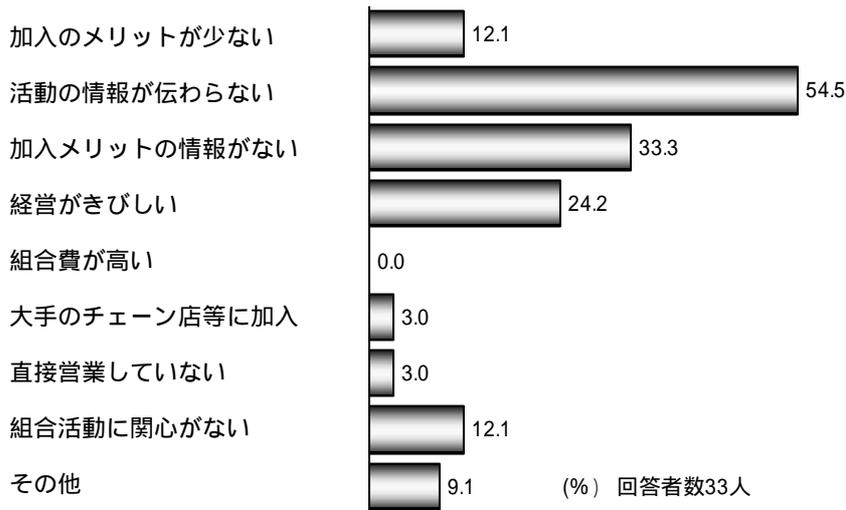


「知っている」をお選びの方へ、その内容をお選びください。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(組合があるのは知っているが活動がない地区である。)

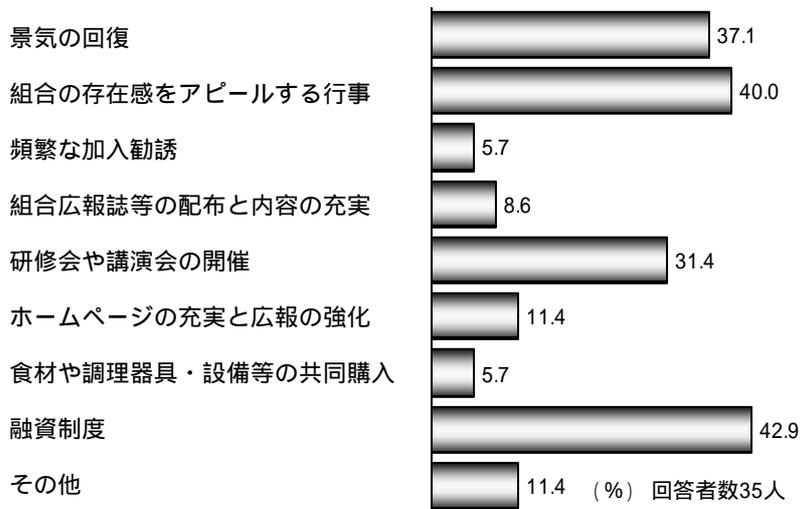
問3 同業組合へご加入されていない理由がございましたら、ご回答をお願いします。



*「その他」の主な内容
(知らなかった。地元には組合がない。融資制度しか知らない。)

問4 同業組合へご加入されるとしたら、どのような条件が必要とお考えでしょうか。

【複数回答可】

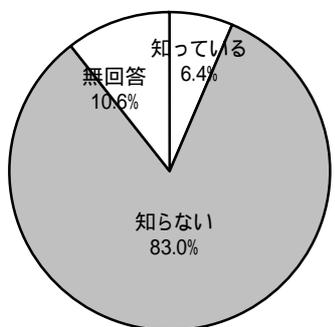


*「その他」の主な内容

(入りたいと思わない。会費、メリット等認識がない。)

問5 各同業組合ホームページのお客様向けのサイト(*下欄参照)をご存じでしょうか。

(*)料理では「料亭&料理店ガイド : <http://gnavi.joy.ne.jp/ryoriten/>」



回答者数47人

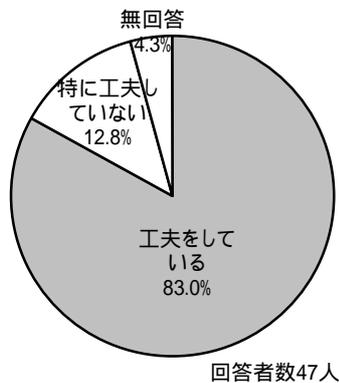
(2) 営業向上の取り組み

- 1) 顧客を獲得するために、80%以上が何らかの工夫をしている。
- 2) 工夫の内容は、「お客様のニーズへの対応」が56%と最も多く、以下「インターネットで割引券発行」「店を改装」「メニューを時間帯によって変更」などが続く。
- 3) 他のお店で参考となるポイントは、「サービス」が最も多く、「価格」は比較的少ない。
- 4) 経営上のヒントは、「雑誌」「同業者」「自分自身で実地調査」によるものが多い。
- 5) 経営上の情報、監督官庁からの通達等を得るのは、「同業者」と「日刊新聞」からが最も多くそれぞれ38%であるが、「自分自身で実地調査」による場合も30%とそれらに次いで多い。

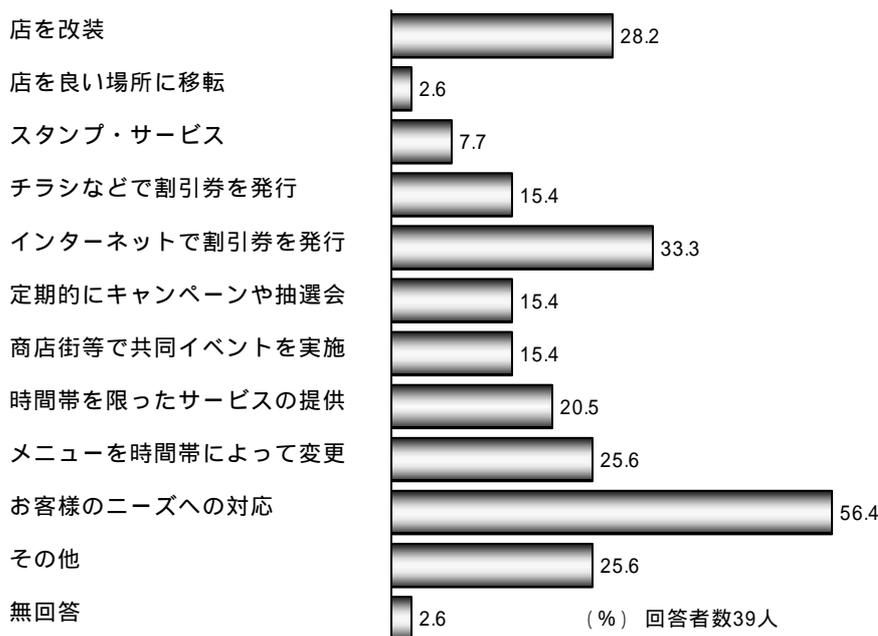
< 提言 >

サービス、お店の雰囲気、商品メニューが満足できるレベルであることが要求される料理業では、薄利多売のような営業戦略は選択できない。お客様のニーズを理解して、如何に満足していただけるかが検討課題である。

問6 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。



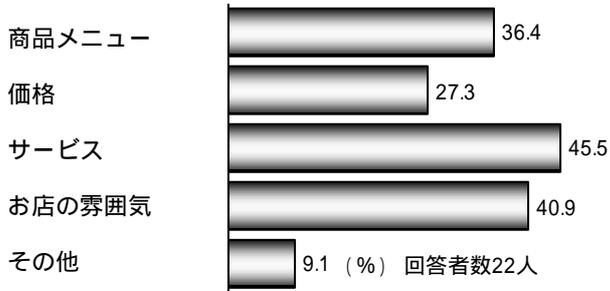
「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(土曜限定サービス。顧客への手紙・年賀状等。客の好みに合わせたものを提供。日々質の良いおいしい料理。心からのおもてなし。低価格は良いとは限らない。季節のメニュー、宴会シーズンのメニュー)

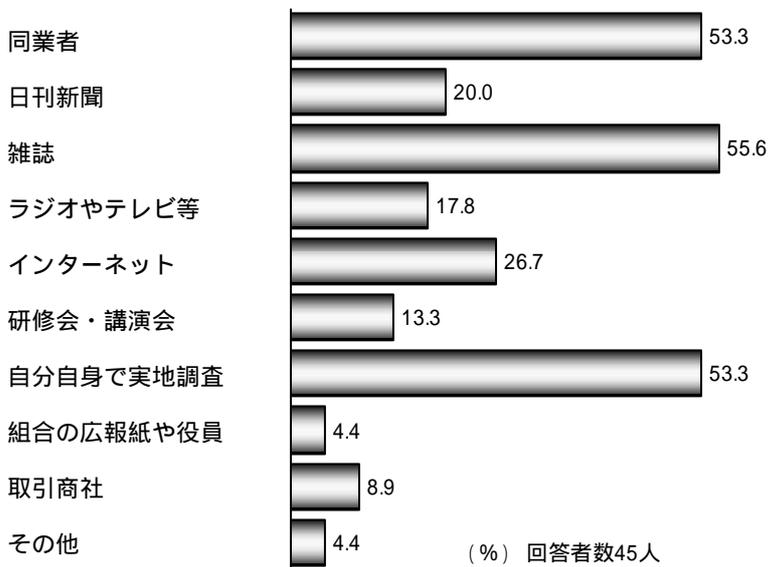
問7 他のお店の商品メニューやサービスなどで、今後参考にしたいものがありますか。



「各項目」の主な内容

- (1) 商品メニュー (四季折々の商品のPR。独自の商品の開発。日々のおすすめ料理)
- (2) 価格 (提供しやすい価格選び。良いものを安く。高単価商品の販売)
- (3) サービス (接客態度。お客様との明るい会話)
- (4) お店の雰囲気 (ジョーク、笑顔)
- (5) その他 (独特の企画)

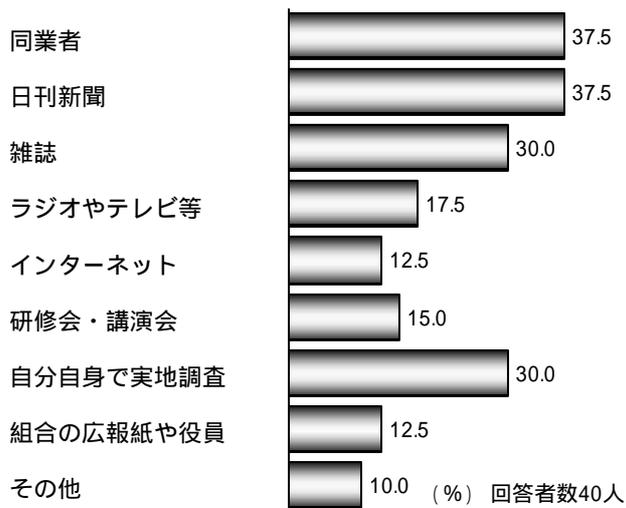
問8 経営上の工夫事例は、どこからヒントを得ていますか。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(自分自身で考える。市場)

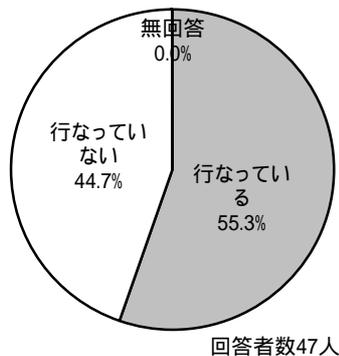
問9 経営上の情報、監督官庁からの通達や公告などは、どこから得ていますか。【複数回答可】



(3) IT (情報技術) の対応

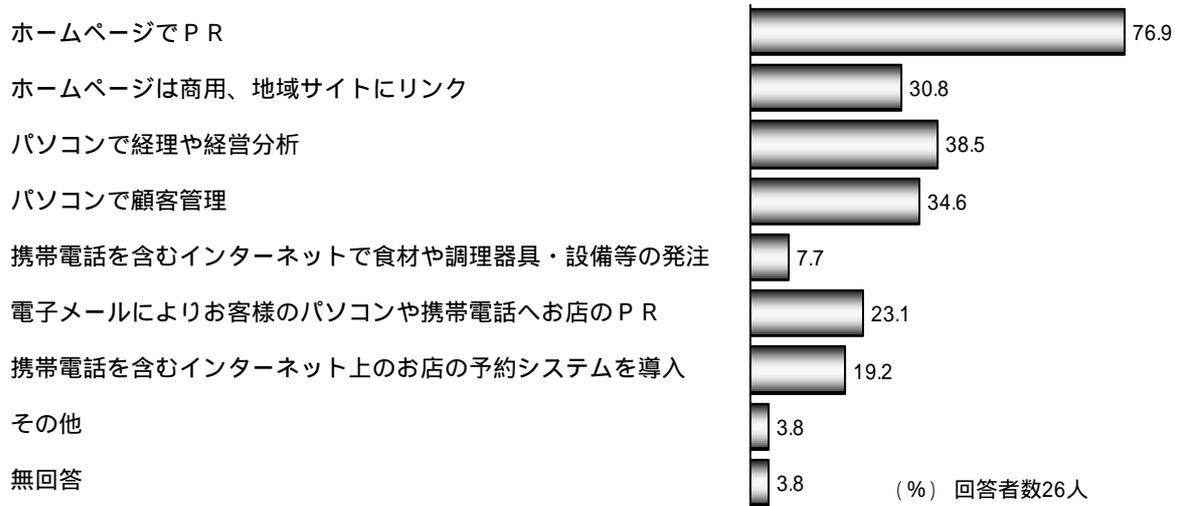
- 1) ITへの対応は「行なっている」が55%で、組合員より低率である。
 - 2) ITへ対応している内容は、「ホームページでPR」が77%と圧倒的に多く、次いで「パソコンで経理や経営分析」「パソコンで顧客管理」「ホームページは商用、地域サイトにリンク」と続く。
 - 3) ITの効果としては、「情報が得やすくなった」が62%で最も多く、以下「経営・事務処理が効率的にできる」「お客様が増加」がそれに続く。
 - 4) IT化の障害は、「パソコンの操作や入力に時間がかかる」「パソコンを研修する機会がない」などが上位である。
 - 5) IT化を行っていない理由は、「パソコンの操作ができない」が約半数である。
- <提言>
ITへの対応は積極的である。その導入成果も確認されており、ホームページで「顔の見える」営業、オンライン予約などへの活用も今後は期待できる。

問10 IT (情報技術、パソコンによる経営合理化や携帯電話を含むインターネット利用) の対応は、行なっていますか。

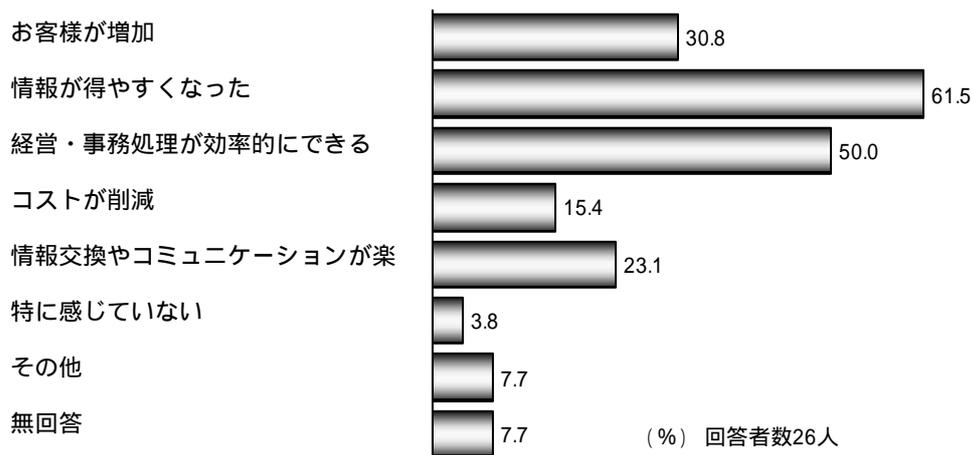


問10-1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。

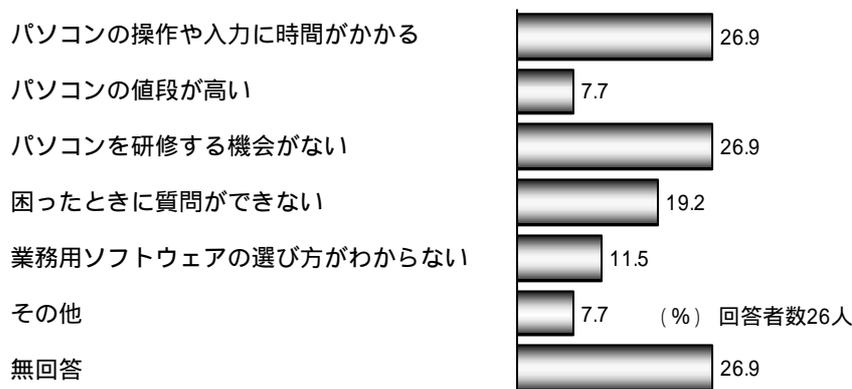


イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。【複数回答可】



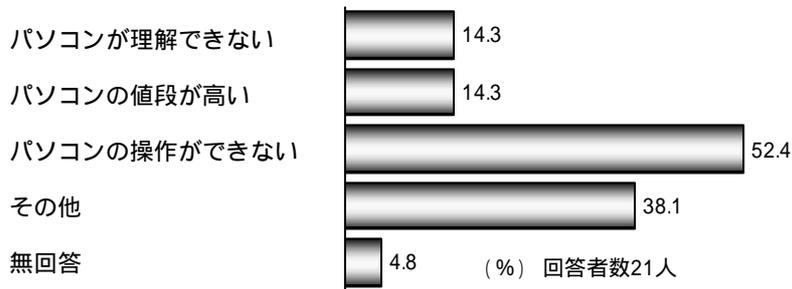
*「その他」の主な内容
(IT化の効果の限界)

ウ IT化を更に進めるため、障害となっていることがありますか。



問10 - 2 「行っていない」をお選びの方へ 【複数回答可】

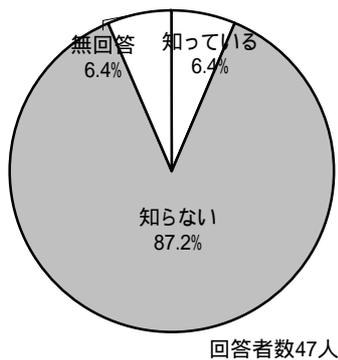
「行っていない」理由はどのようなものでしょうか。



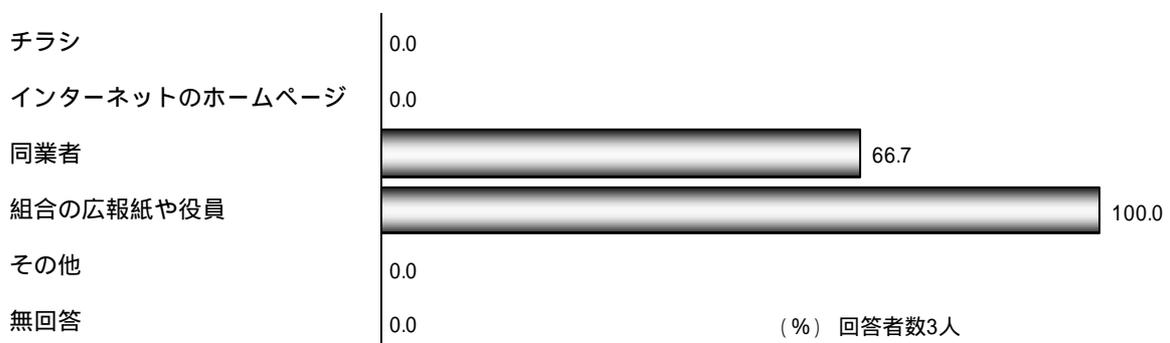
*「その他」の主な内容

(POSの分析で充分。殆ど1人でやっているので時間がない。準備、勉強中である。今特に必要とは思わない。パソコンを持っていない。)

問11 東京都生活衛生営業指導センターでは2日間のパソコン研修会(受講料：2千円)を年間20回程度開催していますが、ご存知でしょうか。



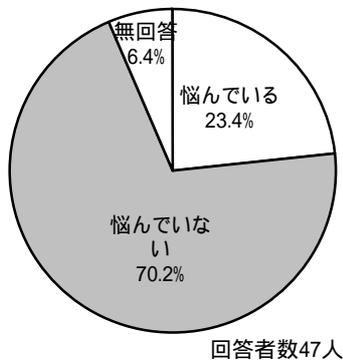
「知っている」をお選びの方へ、開催をどのような方法で知りましたか。 【複数回答可】



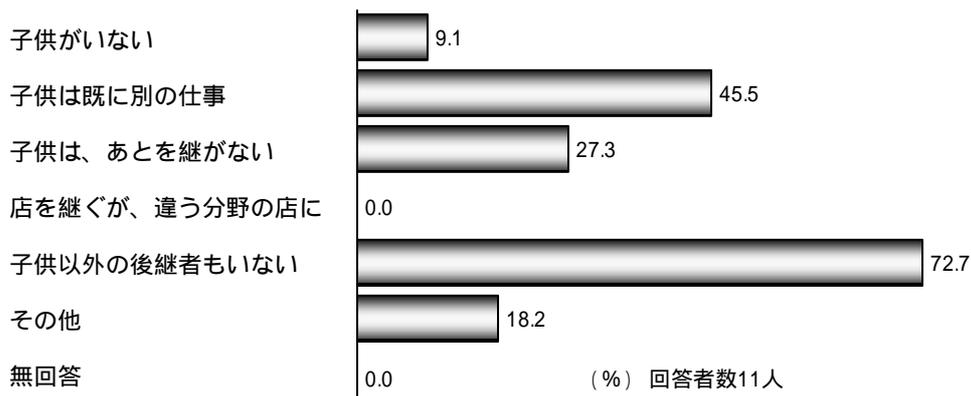
(4) 後継者問題

- 1) 後継者問題は、組合員の場合と同様約 23%が「悩んでいる」と回答している。
- 2) 「悩んでいる」理由は、「子供以外の後継者もない」が 73%、「子供は既に別の仕事」46%と、後継者不足は深刻である。
- 3) 「悩んでいない」理由は「自分の代で廃業することを決めた」ためが過半数であり、「子供が後継者になる予定」は 24%と組合員に比し低率である。
- < 提言 >
 組合員以上に問題は深刻であり、仮に廃業する場合にも、経済負担の少ない「軟着陸」の準備も視野に入れた対策が必要である。

問 12 あなたは後継者の問題で悩んでいますか。

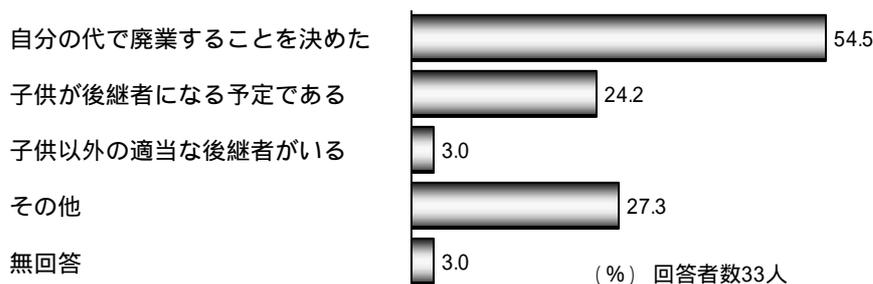


問 12 - 1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容
 (ライフスタイルの変化により継続そのものに疑問。会社従業員の高齢化)

問 12 - 2 「悩んでいない」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(会社組織。まだ始めたばかり。数年先は不明。何も決めていない。)

(5) 他業種との関係

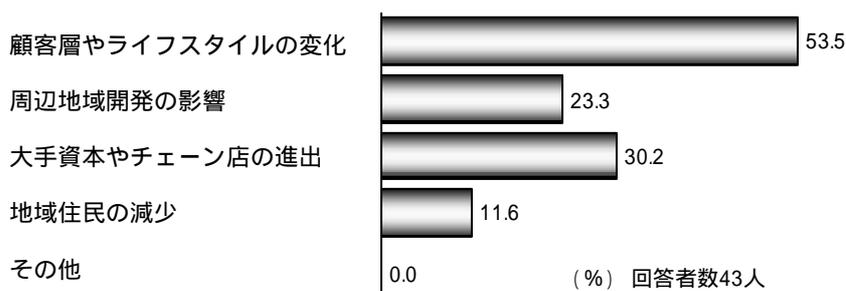
1) 経営状態が厳しくなった原因は「顧客層やライフスタイルの変化」が54%と最も多く、以下「大手資本やチェーン店の進出」「周辺地域開発の影響」「地域住民の減少」の順である。

2) 他業種との連携は、約8割が検討していない。

3) 検討している内容は、「他の飲食業との協働・協業」が最も多い。

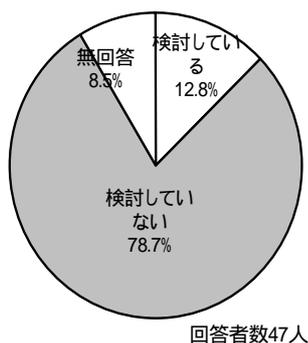
<提言>
料理業の経営ノウハウを活かした連携を模索すべきである。食の安全、和食の伝統、健康食材、季節の彩りなど見方を変えれば、考え方も変わるはずである。

問 13 経営状態が厳しいとお考えの場合、その原因はどのような環境の変化でしょうか。

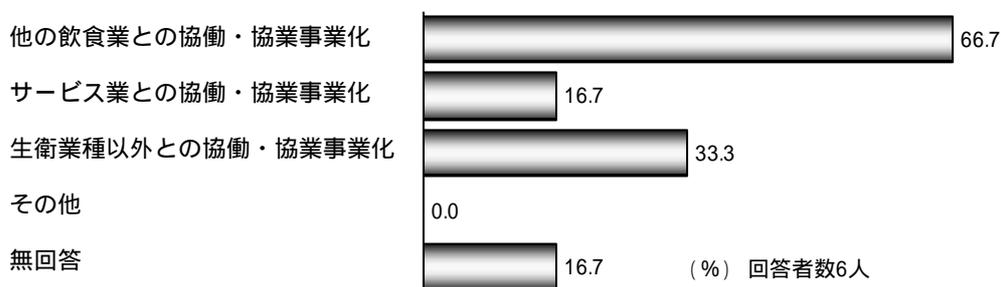


*「その他」の主な内容
(店のスタイルが古くさい。人件費が高い。景気拡大の波及効果が届かない。良質な材料の入手不可。自分の努力不足。消費の落ち込み。行政、税等多くの要因)

問 14 将来的に、営業形態として他業種との協働・協業化を検討されていますか。



「検討している」をお選びの方へ 【複数回答可】



(6) 自由記述

ア 現在、お店を経営していく中で最も困っていることは、どのようなことでしょうか。

<立地>

- ・現在東京駅再開発工事が進行中。移転地、移転費用の補助がなく廃業も考慮中
- ・立ち退きを迫られている。
- ・入居している共同賃貸ビルの管理が悪い。
- ・ビルの地下なので目立たない。看板を自由には出せない。管理費が高い(21坪で6万円/月)。

<集客>

- ・新規客の獲得困難。定年退職・会社移転で従来からの顧客も減少
- ・若い人はチェーン店や安い店に行く。
- ・顧客の減少。ライフスタイルの変化と今までの客の退職

<人材>

- ・人手不足、特に若い人の採用・定着が困難
- ・従業員教育。若い世代の技術向上への対応
- ・従業員の高齢化
- ・アルバイト、パートの人員確保。パートの募集をしても人が来ない。
- ・社会保険の導入(パートの社員化等多くの課題)

<融資・税等>

- ・低利かつ長期での融資制度のハードルを低く利用できるように。
- ・顧客単価値上げしない。良い品を使うため原価率を下げるのが難しい。
- ・食材費の高騰
- ・消費税が一番の打撃
- ・公共料金、税(ガソリン、消費、所得)等を安くして欲しい。税の使い方、配分に公平感がない。
- ・現金仕入だがカード利用者が増えている。

<その他>

- ・デパ地下の惣菜店等の「中食」の台頭は最大の脅威。店まで来店しての食事回数が減少
- ・狂牛病発生による生の良質材料の入手不可。以前を知らない客は食べても昔の客は殆ど食べない。
- ・ライフスタイルの変化により居酒屋等で食事も済ませる客多く、食事だけの一般店への客減少
- ・夜、通りに人出がない。
- ・現在の国、地方行政等の取組では、小さな店、個人の味で売っている店は今後営業継続困難
- ・ランチタイム中の駐車禁止のパトロール（営業妨害）

イ 生活衛生同業組合への要望

- ・組合の活動内容が不十分・不活発で、期待できない。
- ・組合の説明が欲しいので、チラシ又はパンフレットを送付してほしい。
- ・組合の存在、メリット等の周知を図ると共に組合費の相談窓口、支援策等のPR
- ・組合自体知らないので色々な情報を送信してほしい。
- ・最近組合員の減少が目につく。同業者の連携や協同意識が欠如しているようで、組合自体の意義が曖昧になって、参加する意欲を失ったように思う。
- ・消毒は専門業者にやってもらうが、小ハエだけが根絶できない。良い方法を教えてほしい。

5 喫茶飲食生活衛生同業組合員

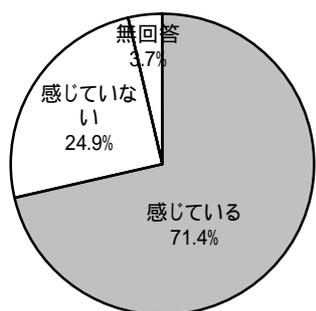
(1) 生活衛生同業組合への加入関係

- 1) 組合への加入にメリットを感じているのは、71%である。
- 2) メリットとして感じるのは「有利な融資」が59%と最も多く、以下「様々な情報源」「各種の共済制度」「JASRACの割引」が上位である。
- 3) 組合員の減少理由は、「組合加入のメリットが少ない」「経営がきびしい」がそれぞれ50%弱で上位である。
- 4) 組合員を増やすためには、「景気の回復」が58%と最も多く、以下「組合の存在感を訴える行事」「融資制度や共済制度の充実」が続く。

< 提言 >

組合への加入にメリットを感じている施策のうち、様々な情報源提供は時宜に応じた新鮮さが必要である。一方で、組合員の減少理由としても、加入メリットや活動に関する情報不足があげられている。つまり、組合主導でできる施策では、情報発信に関する効果的な企画が加入への満足度を増大させる可能性が高い。

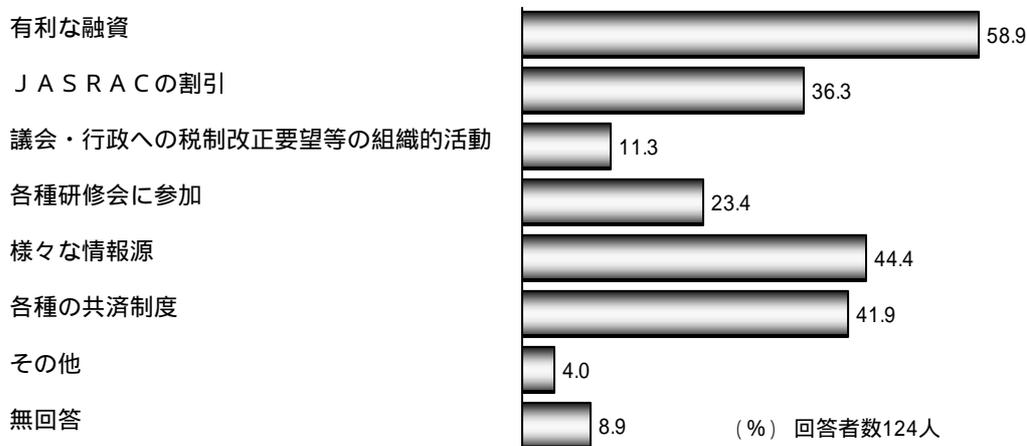
問1 生活衛生同業組合加入のメリットを感じていますか。



回答者数189人

問1 - 1 「感じている」をお選びの方へ 【複数回答可】

ア メリットとして感じるのは、どのようなことですか。



(*) JASRAC は (社) 日本音楽著作権協会、カラオケ使用料金の割引特権あり

*「その他」の主な内容

(割り引いてくれる。生の声、情報を得られる。餅米の共同購入。組合を通じて色々な話ができる。セミナーを開いてくれる。)

イ 組合加入のメリットを感じる具体的な事例があればご記入ください。(自由記述)

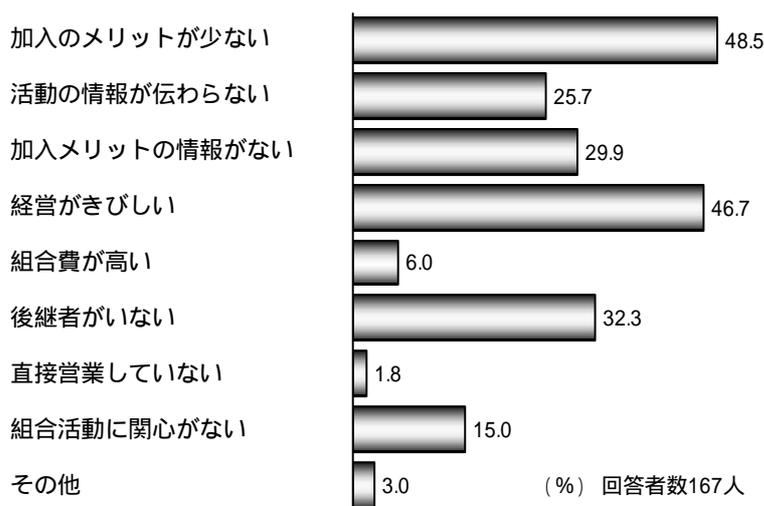
- ・全国大会での交流
- ・当地域と組合の他の地区との交流もあるので楽しい。
- ・同業種の情報。仕事の考え方を学べる。
- ・連帯感がある。
- ・社会の動きが分かる。
- ・食材の共同購入(定まった良い品が消費者に提供できる。)
- ・JASRACの割引、情報
- ・生衛融資。現店舗は環境融資を受けた(1,500万円)。
- ・共済保険が有利である。
- ・営利を目的としない火災保険への加入と迅速な災害保障、掛け金も安い。
- ・国民生活公庫を有効に利用中
- ・年一回衛生講習会参加

問1 - 2 「感じていない」をお選びの方へ、組合加入のメリットとして何を期待していますか。

(自由記述)

- ・保健所等の連絡、検査が未加入と変わらない。
- ・新しい情報
- ・従業員への福祉
- ・期待していない。
- ・共同購入
- ・お客様に衛生面に気を使っているというアピールするものがもっとあればよい。

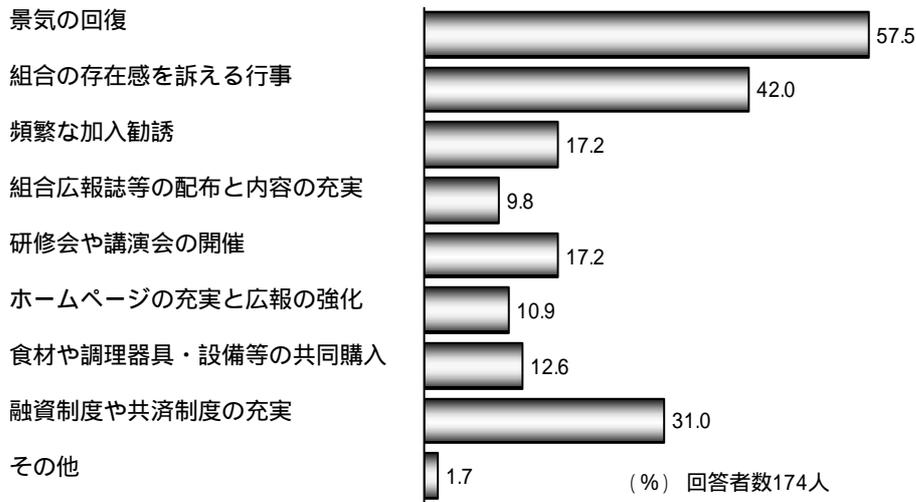
問2 組合員が減っていますが、その原因はどこにあるとお考えですか。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(大手のチェーン店が増えている。自然の成り行き。義理で入っている。価値観の問題)

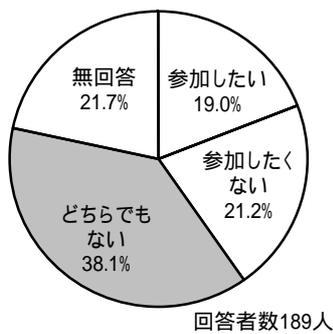
問3 組合員を増やすにはどのような方策があるとお考えですか。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(協力して安く原材料を仕入ができる店等があるといい。低金利での返済の肩代わり。
入会した場合の明らかなメリット)

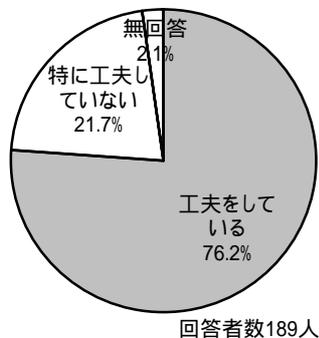
問4 (社)中小企業診断協会に属する中小企業診断士による経営改善のための無料経営診断(5日~6日程度の個別企業相談、診断、調査など)の機会があれば、参加したいと思いますか。
なお、この診断は、企業秘密が保持されます。



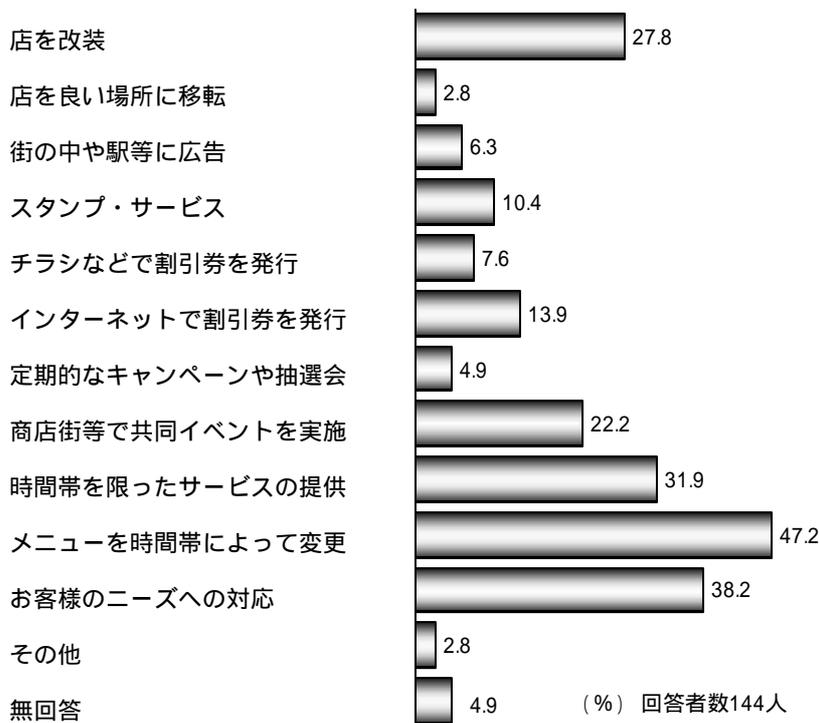
(2) 営業向上の取り組み

- 1) お客様を獲得するために工夫をしている内容は、「メニューを時間帯で変更」「お客様のニーズへ対応」「時間帯を限ったサービス」などが上位である。いわゆるタイムサービス(「メニューを時間帯で変更」「時間帯を限ったサービス」)は、80%近くが実施している。
- 2) 他のお店で参考にしたいものは、「価格」が54%と他の業種と比し多い。
- 3) 経営上の工夫を得るのは、「自分自身で実地調査」「雑誌」「組合役員や同業者」からが多い。
- < 提言 >
 商圏が限定される営業なので、「広く、浅く」的な営業戦略は効果的でない。「狭く、深く」の方針でリピーターの満足度が評価の重要な指標となろう。

問5 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。



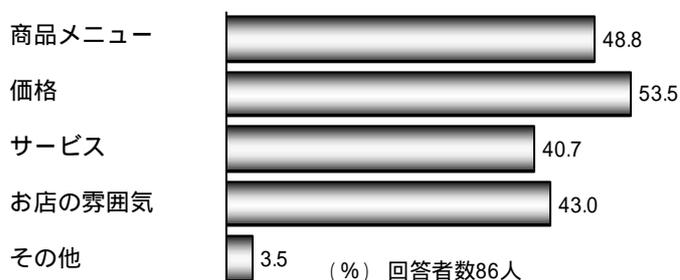
「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(料理教室。サービス券。味の向上。他店にない高品質な商品。)

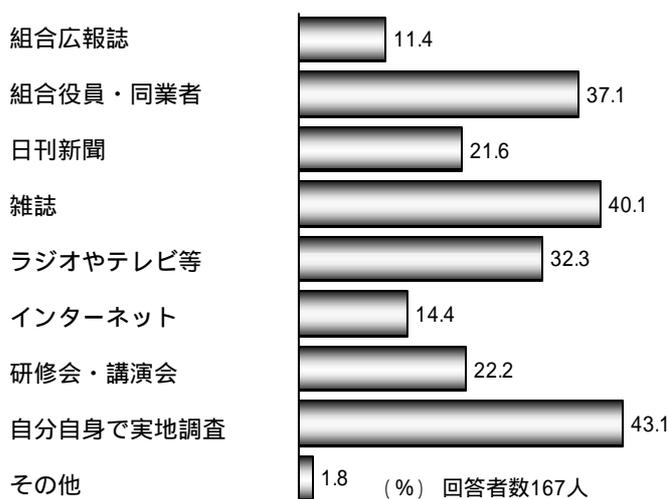
問6 他のお店の商品メニューやサービスなどで、今後参考にしたいものがありますか。



「各項目」の主な内容

- (1) 商品メニュー (大手コーヒーチェーン・外国人経営店のメニュー。他店にないメニュー。ヘルシーメニュー。カロリー表示)
- (2) 価格 (チェーン店の価格。近在の同業者の価格。各地域の格差。食べ放題の振り分け。食物とアルコール類の比率。低価格・ワンコインメニュー)
- (3) サービス (セットメニュー。カップルは3割引。サービス担当の人材の育成。お客様との会話。おしぼりを出したら良いのでは。)
- (4) お店の雰囲気 (店舗の内装。イタリア・フランスの地方の小さいレストランを目標。明るい感じ。楽しい店。お客様に対する心遣い)
- (5) その他 (独自研究。注文から出来上がりまでを早くする。)

問7 経営上の工夫事例は、どこからヒントを得ていますか。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(独自で工夫する。食べ歩き。商工会議所等)

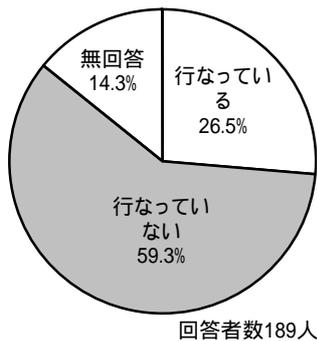
(3) IT (情報技術) の対応

- 1) ITへの対応は、60%近くが行っていない。
- 2) ITへ対応している内容は、「ホームページでPR」が74%で圧倒的に多く、「ホームページは組合のサイトにリンク」及び「パソコンで経理や経営分析」が約30%で続く。
- 3) IT化の効果としては、「経営・事務処理が効率的にできる」「情報が得やすくなった」が上位であるが、「特に感じていない」も30%である。
- 4) IT化の障害となっているものは、「パソコンの操作や入力に時間がかかる」「パソコンを研修する機会がない」が多い。
- 5) IT化を行っていない理由は「パソコンの操作ができない」が56%と最も多く、「パソコンが理解できない」が29%でそれに次ぐ。
- 6) 東京都生活衛生営業指導センターによるパソコン研修会を「知っている」が25%と周知度は低い。

<提言>

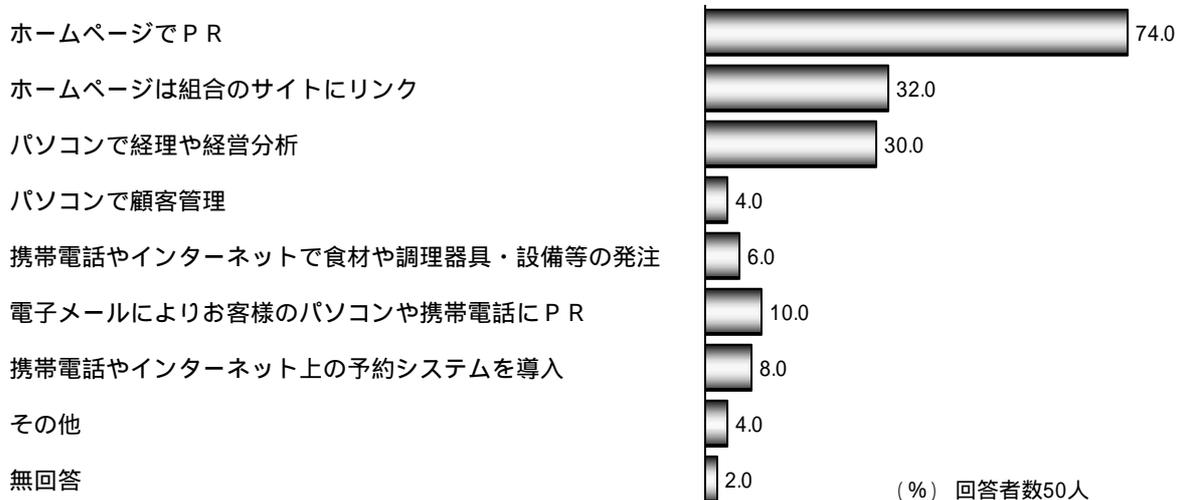
業務に本当に必要なのは情報の活用方法である。現状では、IT化の必要性を感じてもコスト的に導入には至らないとの声もある。経営の規模や志向性を前提に、IT導入を検討すべきである。省力化、合理化、デジタル化の効果も事前に見通しておきたい。

問8 IT（情報技術、パソコンによる経営合理化や携帯電話を含むインターネット利用）化への対応は行なっていますか。

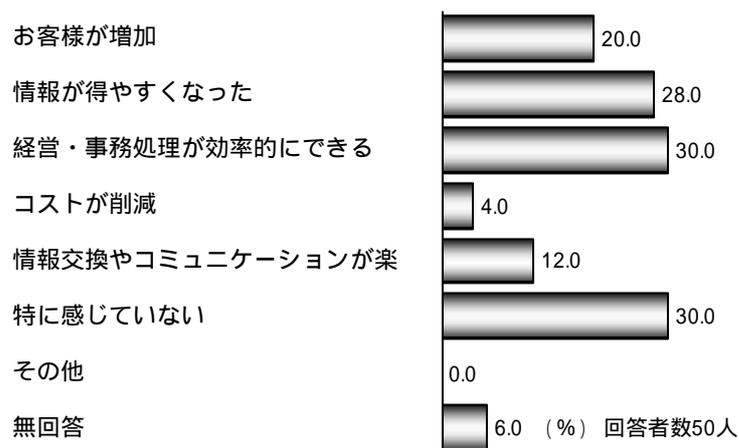


問8 - 1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

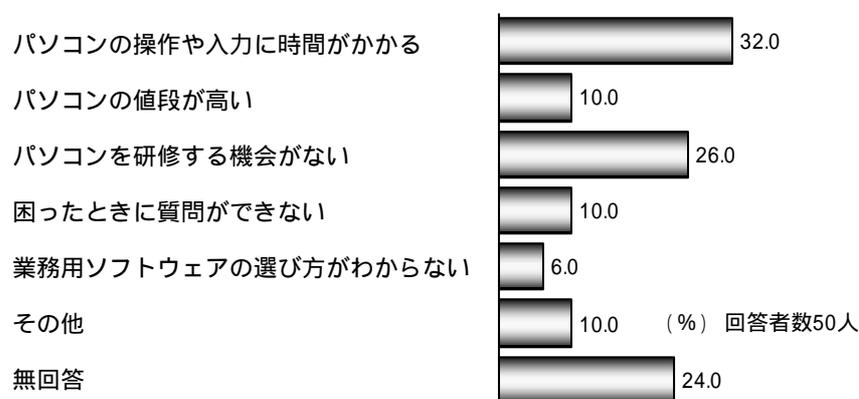
ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。



イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。【複数回答可】



ウ IT化を更に進めるため、障害となっていることがありますか。

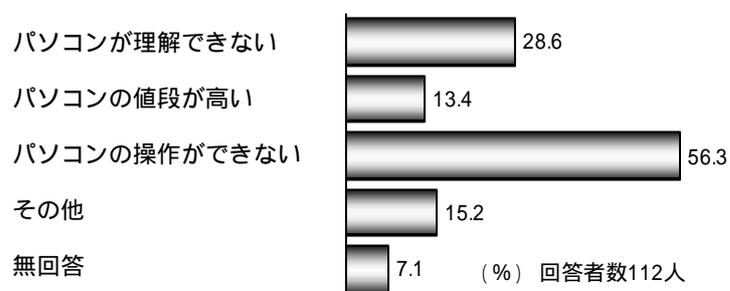


*「その他」の主な内容

(パソコンを使える人材が少ない。メニュー制作等が難しい。他人任せ。画像取り込みが楽にできるようにしたい。)

問8 - 2 「行っていない」をお選びの方へ 【複数回答可】

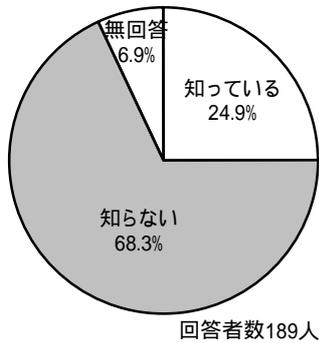
「行っていない」理由はどのようなものでしょうか。



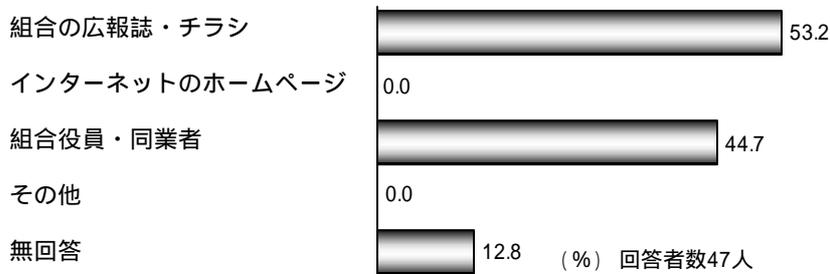
*「その他」の主な内容

(効果を期待できない。パソコンをあまり信用していない。必要と思わない。業態的に特にメリットを感じない。時間・資金がない。手作りで数多く作れないのでネット等でPRしたくない。)

問9 東京都生活衛生営業指導センターでは2日間のパソコン研修会(受講料:2千円)を年間20回程度開催していますが、ご存知でしょうか。



「知っている」をお選びの方へ、開催をどのような方法で知りましたか。【複数回答可】



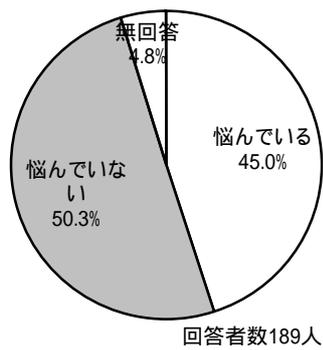
(4) 後継者問題

- 1) 後継者問題は、「悩んでいる」が45%と半数近くある。
- 2) 悩みの理由は、「子供は既に別の仕事」が42%と最も多い。
- 3) 悩んでいない理由は、「自分の代で廃業することを決めた」が60%弱と後継者がいる場合を大きく上回り、厳しい状況がうかがえる。

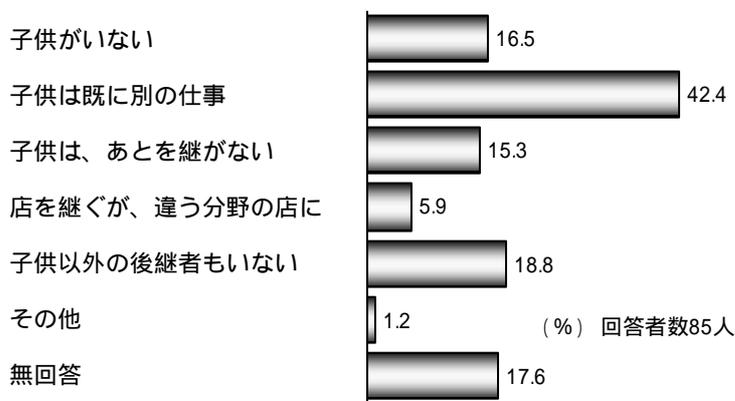
<提言>

お店のセンスやメニューは、お客様が判断する。後継者への交替は、お客様の目線でリニューアルを図る好機とも考えられる。スムーズな世代交代の成功事例は組合も事例として注目すべきである。

問10 あなたは後継者の問題で悩んでいますか。

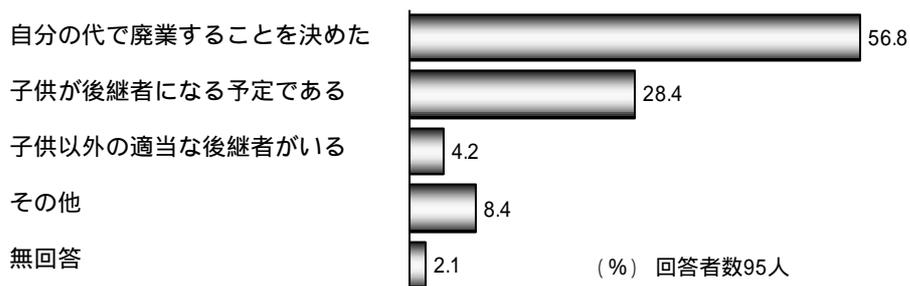


問10-1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(子供が継ぐまで、まだ時間がある。)

問10-2 「悩んでいない」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(オーナーではないから。誰でも良い。10年20年先のことは分からない。まだ考えたことがない。子供に決めてもらう。)

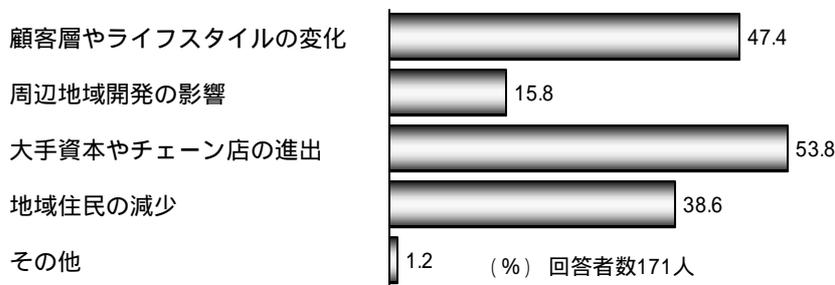
(5) 他業種との関係

- 1) 経営状態が厳しい原因は「大手資本やチェーン店の進出」「顧客層やライフスタイルの変化」が50%前後、次いで「地域住民の減少」が約40%である。
- 2) 他業種との連携は、「検討している」が15%に過ぎない。
- 3) 検討している内容は「他の飲食業との協働・協業」が32%と最も多いが、無回答も40%以上ある。

<提言>

巷の喫茶店ブームは、確かに大手資本やチェーン店の進出によるものである。組合でも、こうした外圧を障害としてとらえるだけでなく参考となるヒントを見つけるべきである。

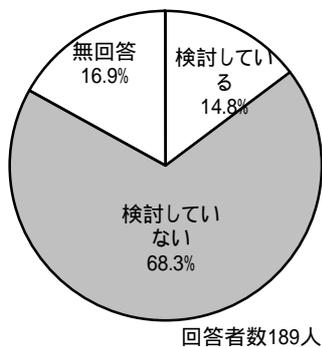
問11 経営状態が厳しいとお考えの場合、その原因はどのような環境の変化でしょうか。



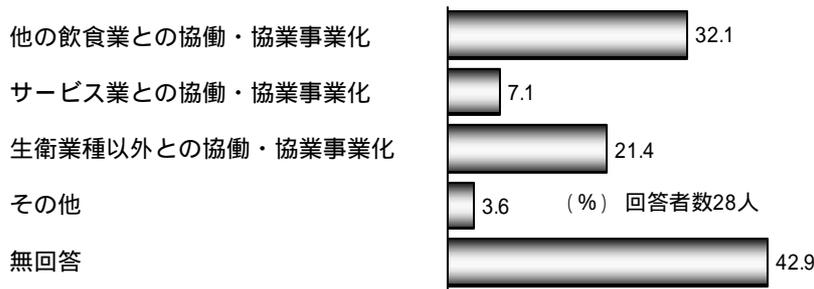
*「その他」の主な内容

(喫茶店の規模が小さいので後継者がいない。)

問12 将来的に、営業形態として他業種との協働・協業化を検討されていますか。



「検討している」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(不動産業との兼業を行なっている。)

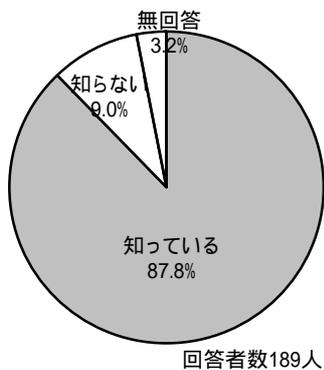
(6) 組合の広報活動

- 1) 消費者謝恩まつりの開催は88%が知っている。
2) 消費者謝恩まつりは71%が参加している。

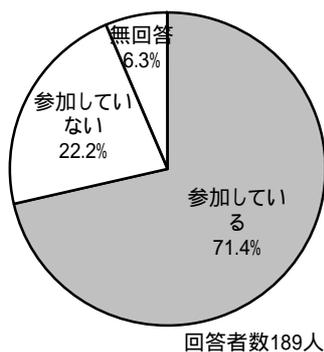
< 提言 >

組合広報活動の周知度は高い。評判のよい行事の継続は、組合員の意識高揚、お客様へのPRに有効と思われる。

問 13-1 平成16年度まで実施した消費者謝恩まつりの開催をご存じですか。
(例年9月から10月頃開催)



問 13-2 組合主催の消費者謝恩まつりに参加されましたか。



(7) 生活衛生同業組合への要望(自由記述)

- ・感謝しており、自助努力の欠如のカバーを組合に望むことはできない。
- ・組織力に対する不理解が今後の課題であり、2世3世の対応が円滑でないようです。
- ・人手不足で組合活動にあまり参加できないので、役員任せを反省している。
- ・亡父が組合役員をしていたので、組合の存在は理解。家族経営なのであまり外に出られず残念
- ・夫婦での営業なので、協力できないことを申し訳なく思っています。
- ・組合との関わりは30年以上、組合の存在をありがたく思っている。事業活動には許す限り参加し、微力ながら支援を旨としている。
- ・組合の謝恩祭りは好評でした。予算の関係で終了となったが、公的補助金の復活をお願いしたい。
- ・組合に参加していても全くメリットがないと思う。一種の義理のような形で参加しているのが現状。謝恩祭りも大方は魅力がないと感じている。末端の組合幹部達は組織の維持に危機感を抱いている。
- ・昨年2月開業のため今後を期す。
- ・組合の存在感、若い世代の経営者の加入勧誘及び育成。組織の活性化
- ・組合員であることが如何に有利であるかをアピールできればよい。
- ・組合員に何か目立つような事をしてほしい。
- ・業界の情報がほしい。
- ・調理師試験・インターネット、ホームページ等の講習会
- ・共同購入でのコスト削減
- ・イベント行事を行なってほしい、地域商品(メニュー)の開発

6 喫茶飲食非組合員

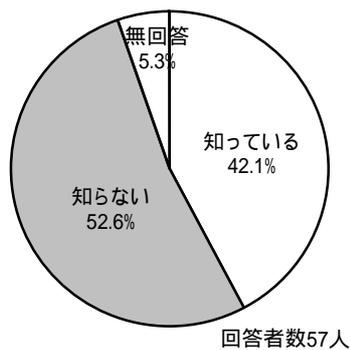
(1) 生活衛生同業組合への加入関係

- 1) 組合の存在については、40%以上が知っているが、その活動内容は70%以上が知らない。
- 2) 「知っている」活動内容は「融資制度」が80%以上で最も多く、次いで「カラオケ使用料等の割引」「共済制度」が上位である。
- 3) 組合へ加入していない理由は、「活動の情報が伝わらない」「組合活動に関心がない」「加入メリットの情報がない」が上位である。
- 4) 組合加入の条件は、「景気の回復」が43%で最も多く、「組合の存在感をアピールする行事」「研修会や講演会の開催」が続く。

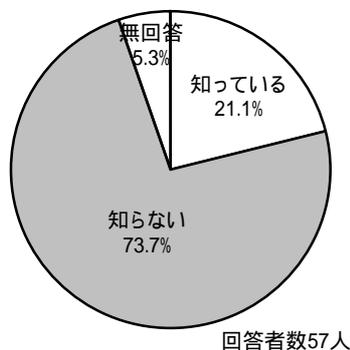
< 提言 >

非組合員との距離の差を感じる。まずは、非組合員が関心を持つような情報発信を組合から歩み寄る努力が必要である。

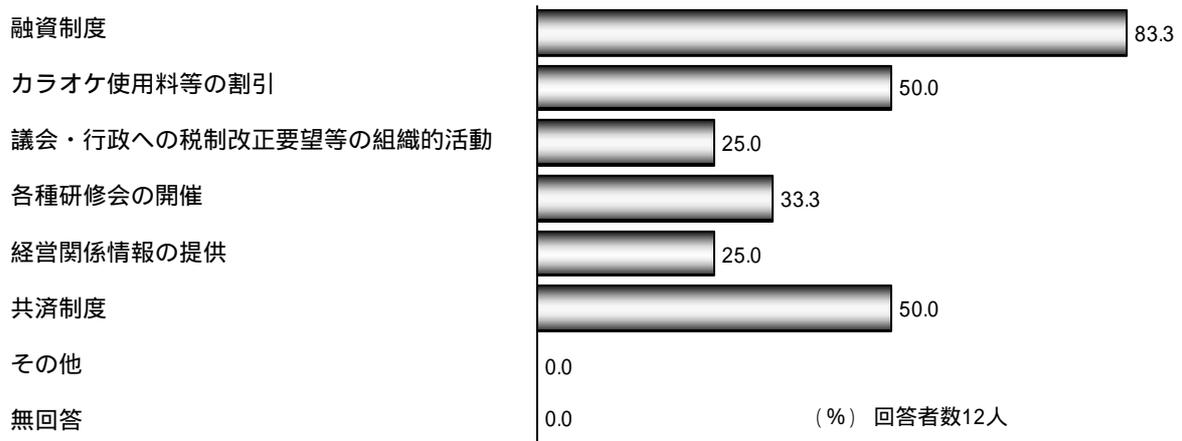
問1 飲食業やサービス業の事業者で組織する生活衛生同業組合がありますが、ご存じでしょうか。
(喫茶飲食営業では、喫茶飲食生活衛生同業組合)



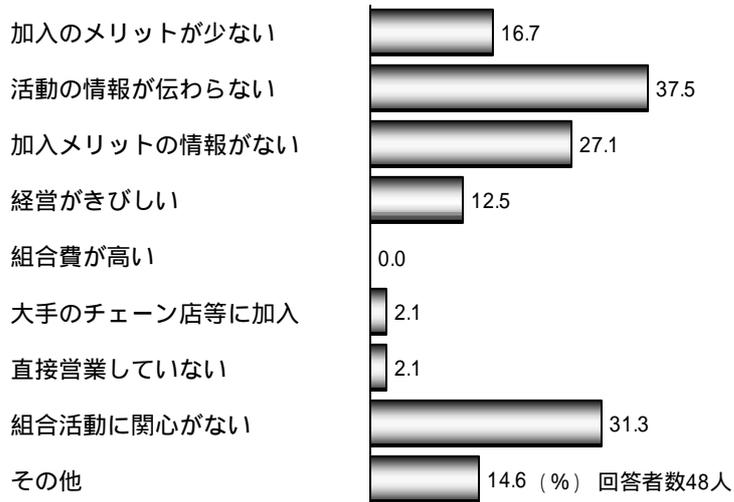
問2 生活衛生同業組合では、組合員のために様々な活動を行なっていることをご存じでしょうか。



「知っている」をお選びの方へ、その内容をお選びください。 【複数回答可】



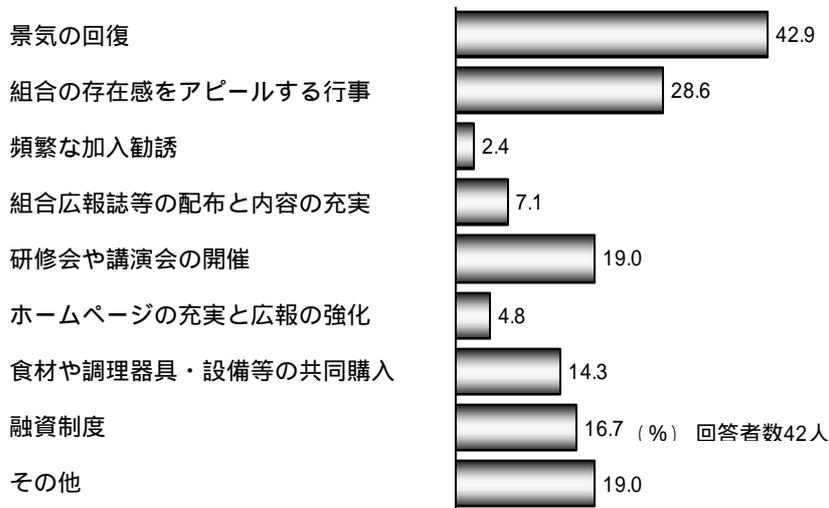
問3 同業組合へご加入されていない理由がございましたら、ご回答をお願いします。



* 「その他」の主な内容
(同業組合を知らない。本社に一任)

問4 同業組合へご加入されるとしたら、どのような条件が必要とお考えでしょうか。

【複数回答可】



* 「その他」の主な内容

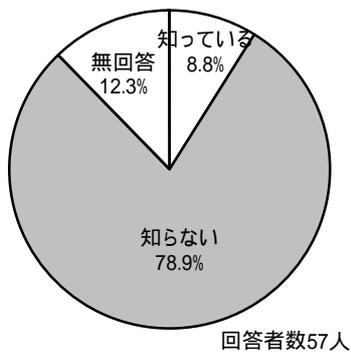
(加入意思がない。親会社が他の業種のため本部の意向による。)

問5 各同業組合ホームページのお客様向けのサイト (*下欄参照)をご存じでしょうか。

*) 麺類では「そばマップ : <http://www.menkyo.or.jp>」

料理では「料亭&料理店ガイド : <http://gnavi.joy.ne.jp/ryoriten/>」

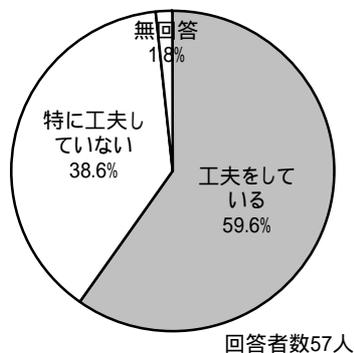
簡易宿泊業では「東京の安い宿 : <http://www.e-otomari.jp/pc.shtml>」



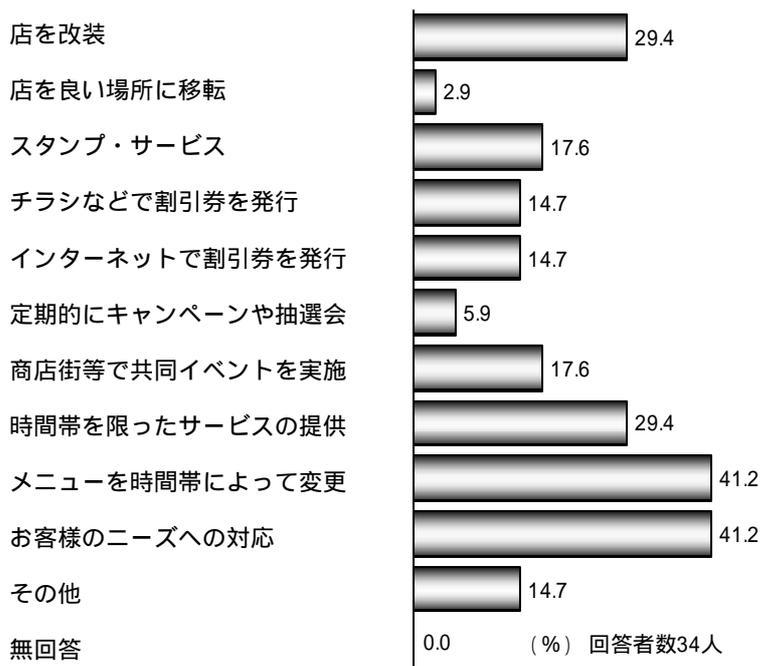
(2) 営業向上の取り組み

- 1) お客様を獲得するために「工夫をしている」のは約60%で、その内容は「お客様のニーズへの対応」「メニューを時間帯で変更」が40%強、次いで「店を改装」「時間帯を限ったサービスの提供」が30%弱となっている。
 - 2) 他のお店で参考としたいものは、「商品メニュー」が52%で最も多い。
 - 3) 経営上の工夫を得るのは、「自分自身で実地調査」「雑誌」「同業者」からが多い。
 - 4) 経営上の情報や官庁からの通達を得るのは、「日刊新聞」からが最も多い。
- <提言>
 組合に加入していなくても同業者ネットワークが機能している。組合は、こうしたネットワークとの連携を図ることも検討の余地がある。

問6 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。



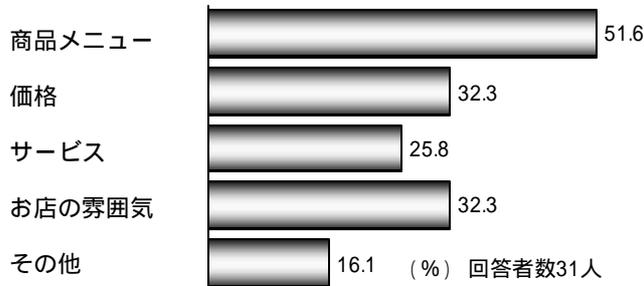
「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】



* 「その他」の主な内容

(他の店がやっていないメニュー。画廊喫茶として芸術を売りに。旅やスポーツなどを一緒にする。カルチャーセンターに行く。カロリー表示。プリペイドカードの導入)

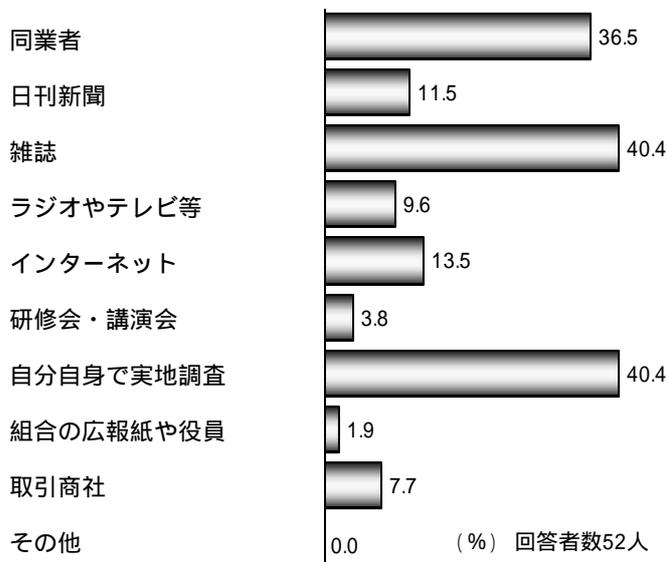
問7 他のお店の商品メニューやサービスなどで、今後参考にしたいものがありますか。



「各項目」の主な内容

- (1) 商品メニュー (本物と感じられるもの。日本のワインを中心に置く。昼食用の軽いメニュー。ランチメニュー。手作りのもの、健康によいもの)
- (2) 価格 (毎日でも来店しやすい価格設定。場所に納得して払える金額)
- (3) サービス (地域性にあったサービス。接客。無線 LAN の設置)
- (4) お店の雰囲気 (レトロ感。大人がくつろげる空間。おしゃれな感じで入りやすい。)
- (5) その他 (家庭的を重視している。スタッフの人数)

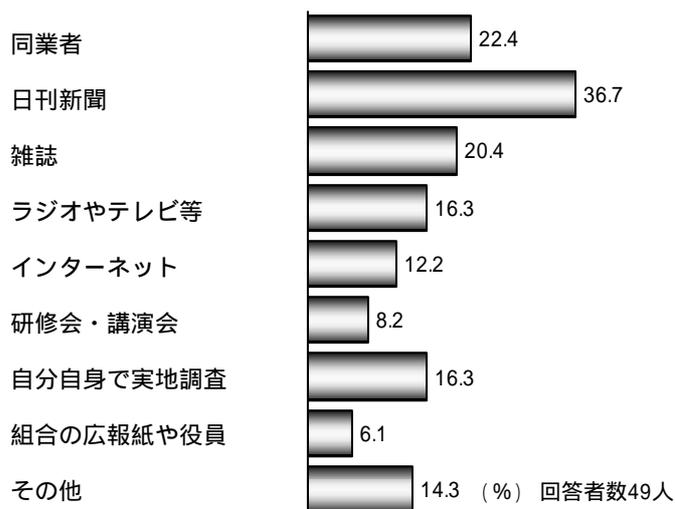
問8 経営上の工夫事例は、どこからヒントを得ていますか。 【複数回答可】



* 「その他」の主な内容

(現状維持。地域周辺。アイデアを考える。仕入業者)

問9 経営上の情報、監督官庁からの通達や公告などは、どこから得ていますか。【複数回答可】



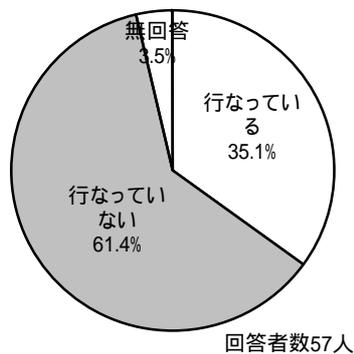
(3) IT (情報技術) の対応

- 1) ITへの対応は、「行なっている」が35%、その内容は、「ホームページでPR」が65%と最も多く、「パソコンで経理や経営分析」「ホームページは商用、地域サイトへリンク」がそれに次ぐ。
- 2) 「インターネットで食材や調理器具・設備等の発注」も15%が行なっている。
- 3) IT化の効果として感じているのは、「経営・事務処理が効率的にできる」「情報が得やすくなった」「特に感じていない」がそれぞれ30%と同率である。
- 4) IT化の障害は、「パソコンの操作や入力に時間がかかる」が35%で最も多く、「困ったときに質問できない」「パソコンを研修する機会がない」がそれに次ぐ。
- 5) IT化を行っていない理由は「パソコンの操作ができない」が46%と最も多い。
- 6) 東京都生活衛生営業指導センターによるパソコン研修会は約80%が「知らない」と周知不足である。

< 提言 >

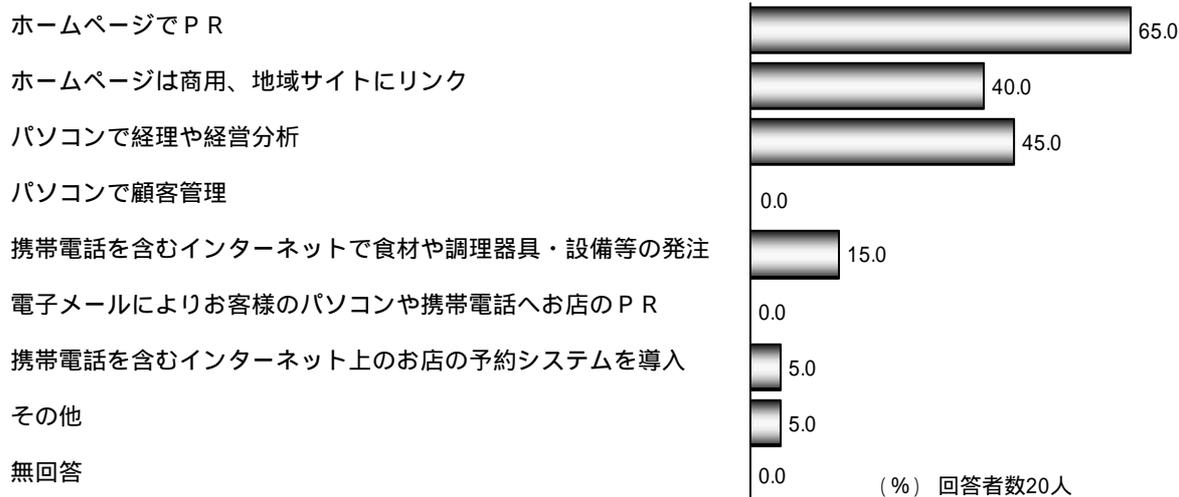
IT化の促進は、ニーズを見極めてからで十分である。一方で、パソコン研修会の周知度が低い。東京都生活衛生営業指導センターのWebサイト自体も周知されていない。勿論、受け手の方がIT環境にないことが原因とも考えられる。

問 10 IT（情報技術、パソコンによる経営合理化や携帯電話を含むインターネット利用）の対応は、行なっていますか。

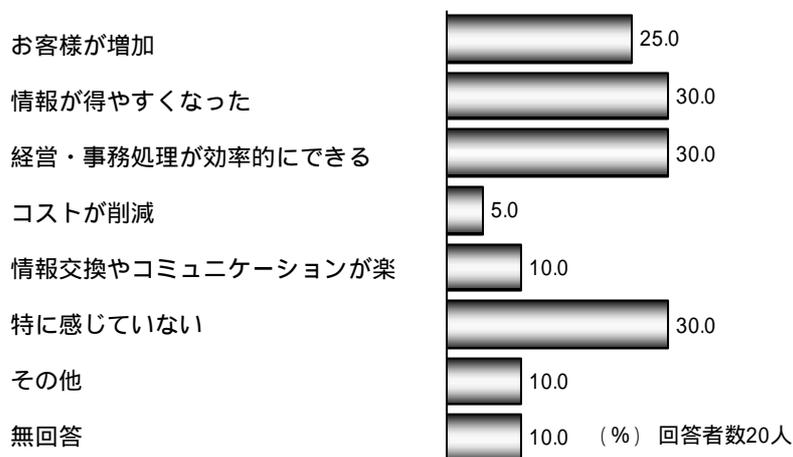


問 10 - 1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。



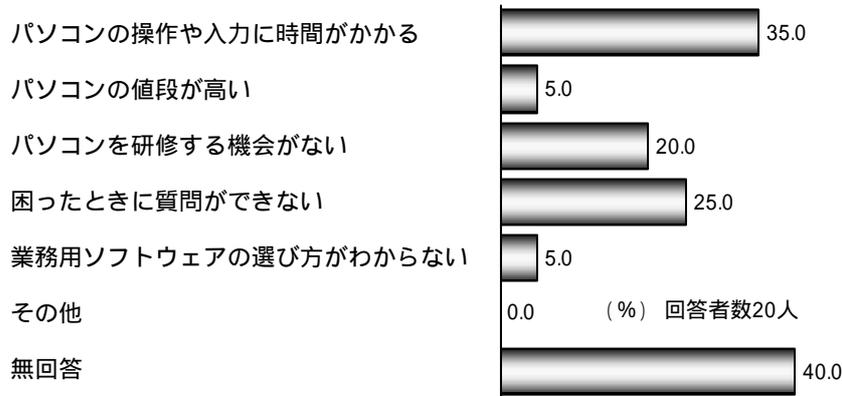
イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。【複数回答可】



* 「その他」の主な内容

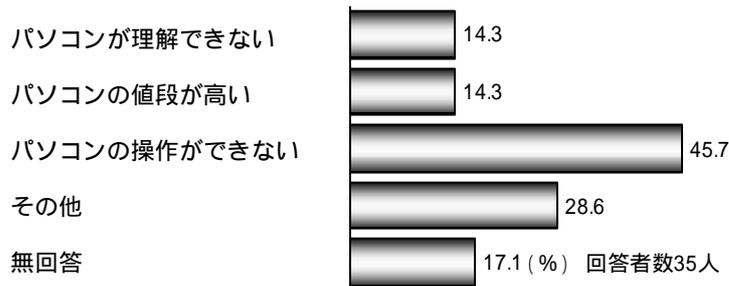
(雑誌広告よりは手軽な価格である。特に効果が見られない。)

ウ IT化を更に進めるため、障害となっていることがありますか。



問10-2 「行っていない」をお選びの方へ 【複数回答可】

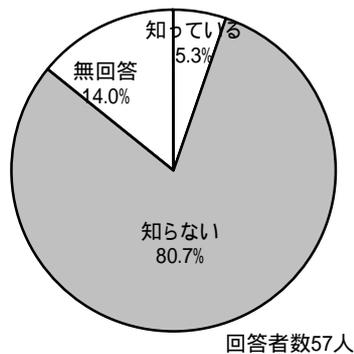
「行っていない」理由はどのようなものでしょうか。



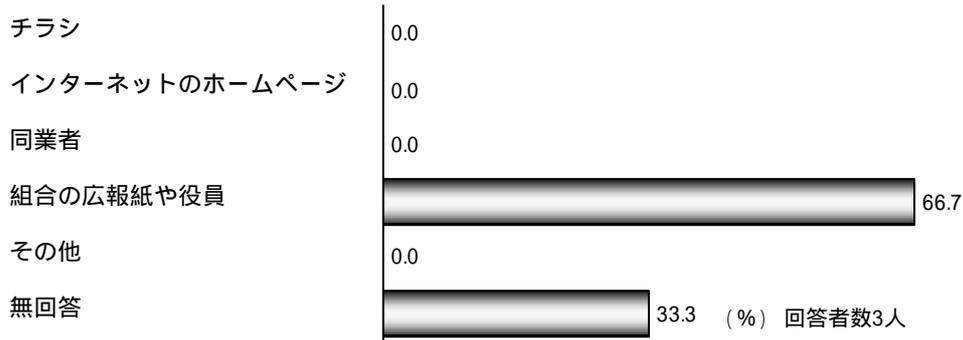
* 「その他」の主な内容

(POSレジとPCのデータに変えるのはコストがかかる。用がない。興味がない。パソコンに接している時間がない。年齢的に理解が困難。メリットが感じられない。口コミ等自然拡張をよしとしている。取得したいが授業料が高く、覚えられない。)

問11 東京都生活衛生営業指導センターでは2日間のパソコン研修会(受講料：2千円)を年間20回程度開催していますが、ご存知でしょうか。



「知っている」をお選びの方へ、開催をどのような方法で知りましたか。 【複数回答可】



(4) 後継者問題

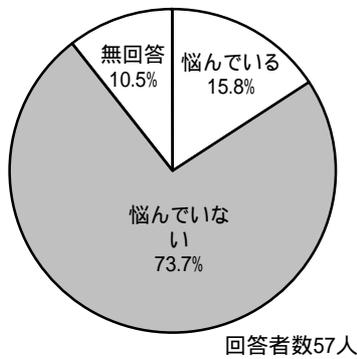
1) 後継者問題は「悩んでいない」が74%と多いが、その理由の約60%は「自分の代で廃業することを決めた」である。

2) 「悩んでいる」理由は、「子ども以外の後継者もない」が56%と深刻である。

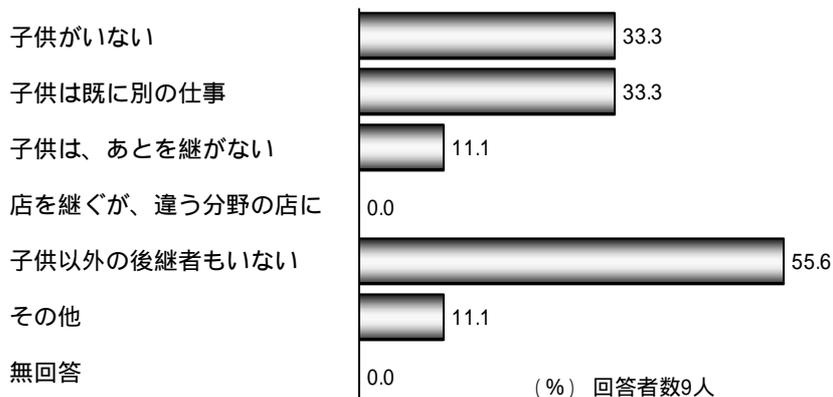
< 提言 >

組合加入、非加入を問わず後継者問題は、組合の対処すべき課題である。まずは、現状の認識から典型的な経営タイプ毎に環境要因と内部構造を明確にすべきと考えられる。

問 12 あなたは後継者の問題で悩んでいますか。

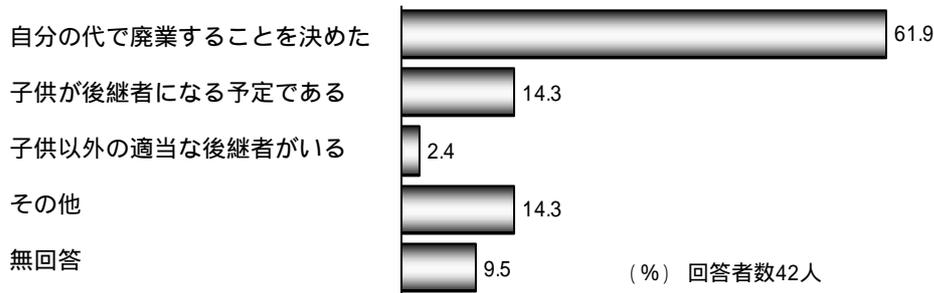


問 12 - 1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】



* 「その他」の主な内容 (相続税)

問 12 - 2 「悩んでいない」をお選びの方へ 【複数回答可】



* 「その他」の主な内容

(別の職種に変える。今は何とも言えない。親会社が決める。子供が継がない時は貸店舗とする予定)

(5) 他業種との関係

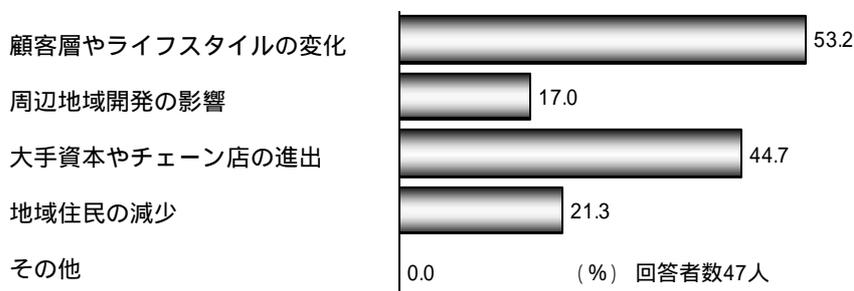
1) 経営状態が厳しくなった環境変化は、「顧客層やライフスタイルの変化」が53%と最も多く、「大手資本やチェーン店の進出」が45%でそれに次ぐ。

2) 他業種との連携は、81%が検討していない。

< 提言 >

巷の喫茶店ブームは、確かに大手資本やチェーン店の進出によるものである。こうした外圧を障害としてとらえるだけでなく参考となる経営ヒントを見つけるべきである。

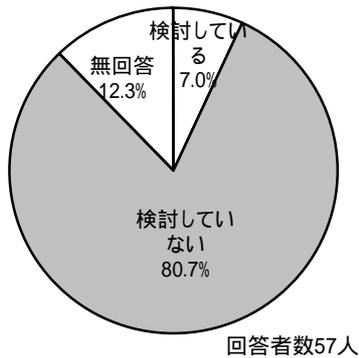
問 13 経営状態が厳しいとお考えの場合、その原因はどのような環境の変化でしょうか。



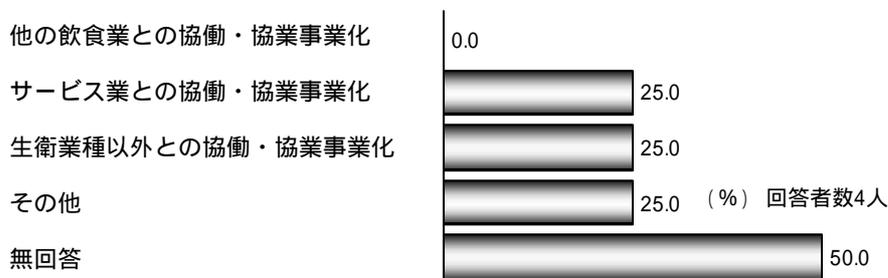
* 「その他」の主な内容

(地価基準の経済。酒を飲まない人が多くなっている。客の高齢化のため。景気が回復しない。)

問 14 将来的に、営業形態として他業種との協働・協業化を検討されていますか。



「検討している」をお選びの方へ 【複数回答可】



* 「その他」の主な内容
(現在婦人服販売と喫茶を協業している。)

(6) 自由記述

ア 現在、お店を経営していく中で最も困っていることは、どのようなことでしょうか。

<資金繰り、景気>

- ・コスト高による差益の減少
- ・金がない、資金繰り。
- ・地代、家賃、人件費が高い。
- ・家賃の値上げ、景気の悪化、平均価格を上げられない。
- ・新聞、テレビ等で報道されている景気が良くなっているとのこと、いざなぎ景気はすべて嘘です。最悪の状態なので正確な報道をしてもらいたい。末端の事を考えてほしい。
- ・喫茶店の構造不況による減少

<集客>

- ・新規顧客獲得ができない。商店街の集客力の低下
- ・来店客の確保が一番困っている。もっと若い人達がバーを利用して欲しい。
- ・得意客が会社閉鎖、転居などのため減少
- ・客層が中・高年に限られる。

<売り上げ>

- ・売り上げの伸び悩み、設備の老朽化
- ・大手の価格低下、フランチャイズ化等個別営業の難しい時代になると共に、売り上げ、利益の減少は避けられない。後継者にメリットなし。他職業に行く方がよい。
- ・売り上げが伸びない。売り上げの減少で廃業を考えている。
- ・売り上げ横這いのためナイトメニューアップを考えているが、案はできたが実施が難しい。
- ・売上増加対策 店で何をすべきか？商店街で何をすべきか。
- ・一日「何食分のランチが出る」と計画できない立地のため、経営が難しい。

<人材>

- ・思うように働く人材をもう一人欲しいが見つからない。
- ・従業員の確保が難しい。

<その他>

- ・お客様からのクレーム対応のマニュアル化
- ・仕入商品、食材で使い勝手の良いものを教えてもらえない。
- ・たばこの分煙の問題
- ・自分自身の体力と根気の持続
- ・いわゆる個人店が少なくなり昔形態のレトロの喫茶店の経営が困難です。
- ・健康で開店していくこと、長続きを一番と思ってマイペースで35年。とにかく回収できない設備に資金をかけないことが基本と思ってやっている。

イ 生活衛生同業組合への要望

- ・車での移動（食品）販売の駐停車問題に対する組合、指導センターの対応
- ・台東区食品衛生協会では、台東区保健所内で勉強会、会議、組合員の店へ訪問指導をし、衛生管理をしている。
- ・共同購入で安く仕入をしたい。
- ・融資を受けやすくしてほしい。
- ・いずれにしても区政が悪いというか、時の流れに乗れなかった私共の責任を感じざるを得ません。スーパーや量販店の無謀な出店等によるものです。それらも時を重ねずして閉店した。そして従業員がまた困っている。営業権の自由、ありがたい事だが、情けのない人間関係を作っているようだ。個人が悪いのか誰が悪いのか情けのない心のない日本人になってきているようだ。
- ・必ず出席しなくても良くて、会費により情報を送ってもらえるならありがたい。何か少し固苦しいという想像で入っていません。

7 簡易宿泊業生活衛生同業組合員

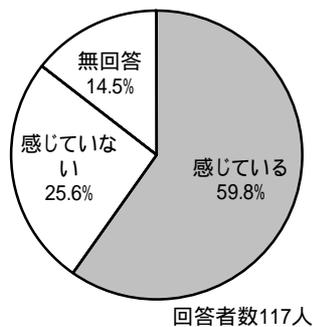
(1) 生活衛生同業組合への加入関係

- 1) 組合への加入にメリットを感じるのは、「様々な情報源」が79%と最も多く、次に「各種研修会に参加」が47%である。「有利な融資」「各種の共済制度」は15%前後に止まっている。
- 2) 組合員の減少理由は、「経営がきびしい」37%と最も多く、以下「後継者がいない」「活動の情報が伝わらない」「組合活動に関心がない」等が20～30%台で続いている。
- 3) 組合員を増やす方策としては、「景気の回復」が45%で最も多く、以下「組合の存在感を訴える行事」「融資制度や共済制度の充実」「ホームページの充実と広報の強化」が続く。

< 提言 >

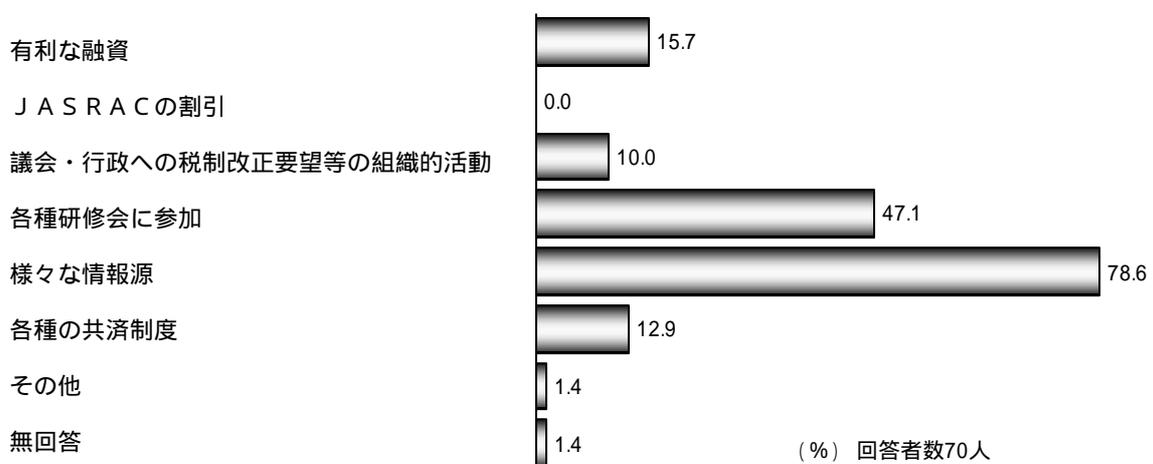
様々な情報源としての存在意義があり、組合員減少を防止するために加入のメリットを伝える情報と活動内容の発信が必要である。

問1 生活衛生同業組合加入のメリットを感じていますか。



問1 - 1 「感じている」をお選びの方へ 【複数回答可】

ア メリットとして感じるのは、どのようなことですか。



(*) JASRAC は(社)日本音楽著作権協会、カラオケ使用料金の割引特権あり

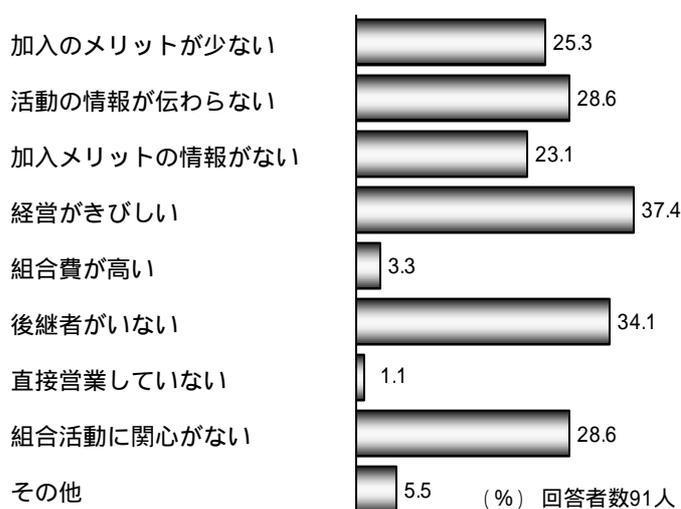
イ 組合加入のメリットを感じる具体的な事例があればご記入ください。

- ・ゴミ袋配布
- ・研修会を通じて気分一新、情報源及びヒント
- ・インターネットによる顧客管理

問1 - 2 「感じていない」をお選びの方へ、組合加入のメリットとして何を期待していますか。

- ・より多くの情報を組合員に流してほしい。
- ・定期的に活動を知ることのできる事柄の告知をしてほしい。
- ・融資を利用してみたい。
- ・各事業所で困った共通の問題点を解決していくための提案
- ・組合費が役員の旅行や会費に使われず、有効活用されること。
- ・これといって期待することは特にない。

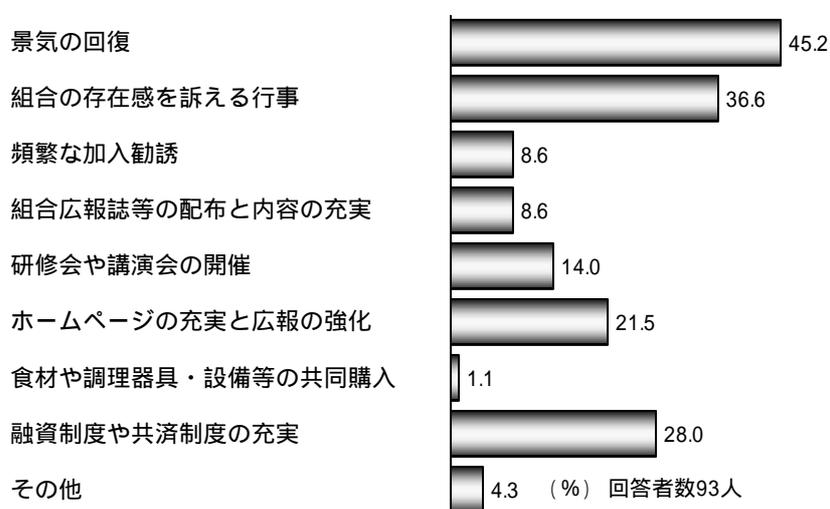
問2 組合員が減っていますが、その原因はどこにあるとお考えですか。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(活動の内容がわからない。イメージが硬く閉鎖的に見える。廃業)

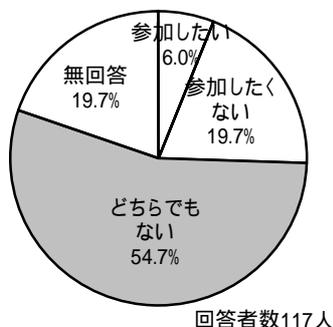
問3 組合員を増やすにはどのような方策があるとお考えですか。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(イメージを変える。組合員章を店の前に貼る。横のつながりが無い。)

問4 (社)中小企業診断協会に属する中小企業診断士による経営改善のための無料経営診断(5日～6日程度の個別企業相談、診断、調査など)の機会があれば、参加したいと思いますか。
なお、この診断は、企業秘密が保持されます。



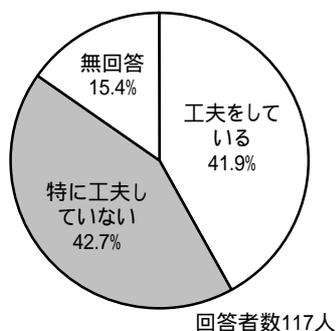
(2) 営業向上の取り組み

- 1) お客様を獲得するために「工夫をしている」のは42%とやや少なく、その内容は「店を改装」が53%と圧倒的に多い。
- 2) 他のお店で参考となるポイントは、「サービス」「お店の雰囲気」「価格」の順である。
- 3) 経営上のヒントは、「組合役員や同業者」「自分自身の実地調査」「インターネット」「ラジオやテレビ等」である。

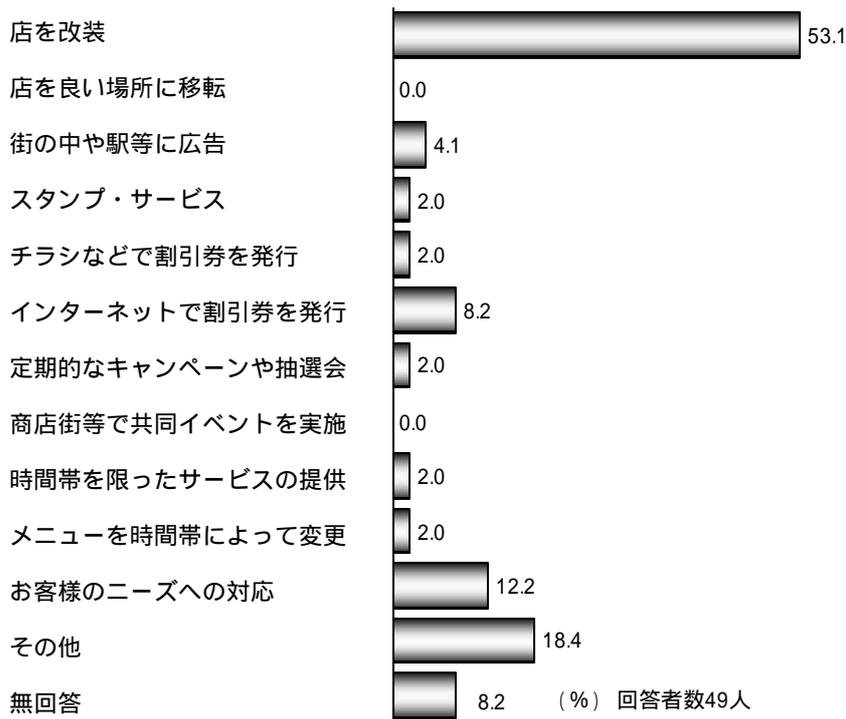
<提言>

宿泊客が重視するポイントとして、お店の清潔感は大い。お店の改装は、こうしたニーズに応えたものと考えられる。なお、価格に対しては採算ラインに近いレベルまでの企業努力が伺える。

問5 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。



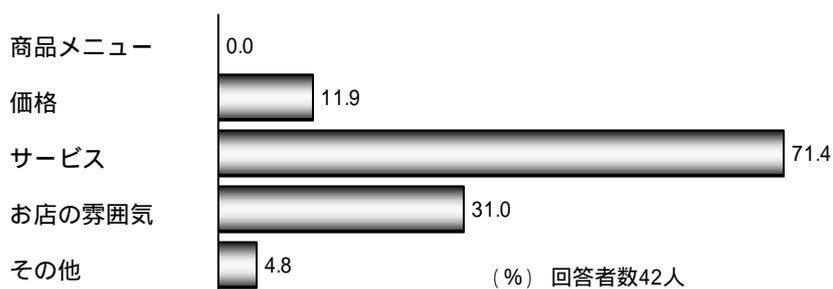
「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(HPを携帯対応にし携帯予約できるようにした。客室内設備、その他サービスの改善。相手の立場に立った真心のこもった接客対応の徹底。店内整備を心がけてお客様の安全と衛生に注意。割引、値下げした。)

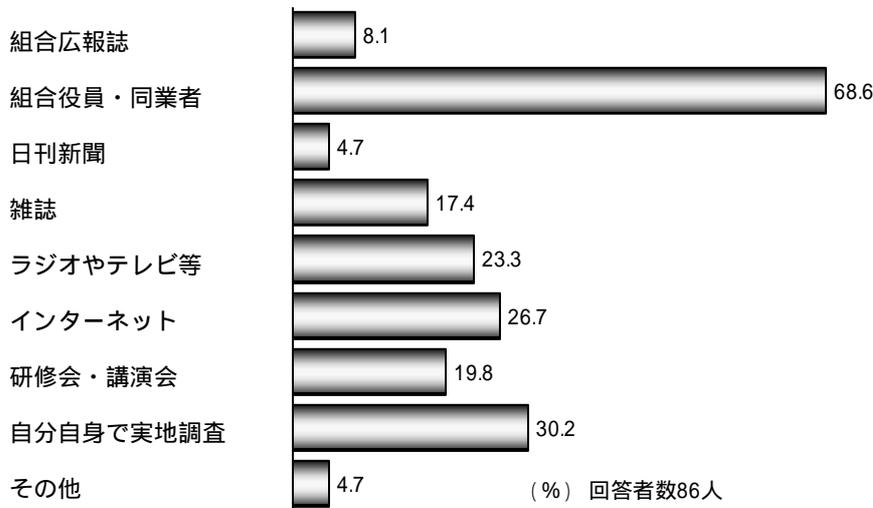
問6 他のお店の商品メニューやサービスなどで、今後参考にしたいものがありますか。



「各項目」の主な内容

- (1) 商品メニュー (なし)
- (2) 価格 (宿泊設備及びサービス内容と価格帯との接点)
- (3) サービス (ITの活用。有線放送の利用。外国人宿泊客への対応。ソフト面充実。館内の冷暖房設置。経営上負担にならないようなサービスの模索)
- (4) お店の雰囲気 (江戸の雰囲気。店の改装)

問7 経営上の工夫事例は、どこからヒントを得ていますか。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(Webサイト。現状維持のため特に工夫はしていない。)

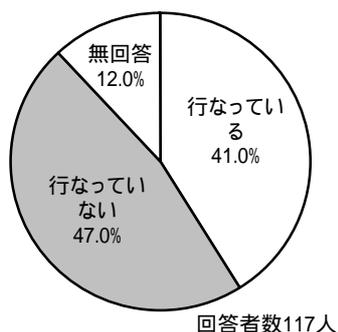
(3) IT (情報技術) の対応

- 1) ITへの対応は、「行なっている」が41%で、その内容は「ホームページでPR」が最も多く65%、次いで「ホームページは組合のサイトへリンク」が54%とホームページがよく活用されている。また「携帯電話やインターネット上の予約システムを導入」しているが35%と他業種と比し比較的多く、「パソコンで経理や経営分析」も25%が実施している。
- 2) ITの効果としては、「お客様が増加」「情報が得やすくなった」「経営・事務処理が効率的にできる」がそれぞれ20~30%台の評価である。
- 3) IT化の障害は、「パソコンの操作や入力に時間がかかる」「困ったときに質問ができない」「パソコンの値段が高い」などであるが、「無回答」も30%近くある。
- 4) IT化を行っていない理由は「パソコンの操作ができない」「パソコンが理解できない」などであるが、「その他」が42%あり、様々な理由が挙げられている。
- 5) 東京都生活衛生営業指導センターによるパソコン研修会を「知っている」が49%と、約半数に周知されている。「組合役員・同業者」及び「組合の広報誌・チラシ」によって知られている。

<提言>

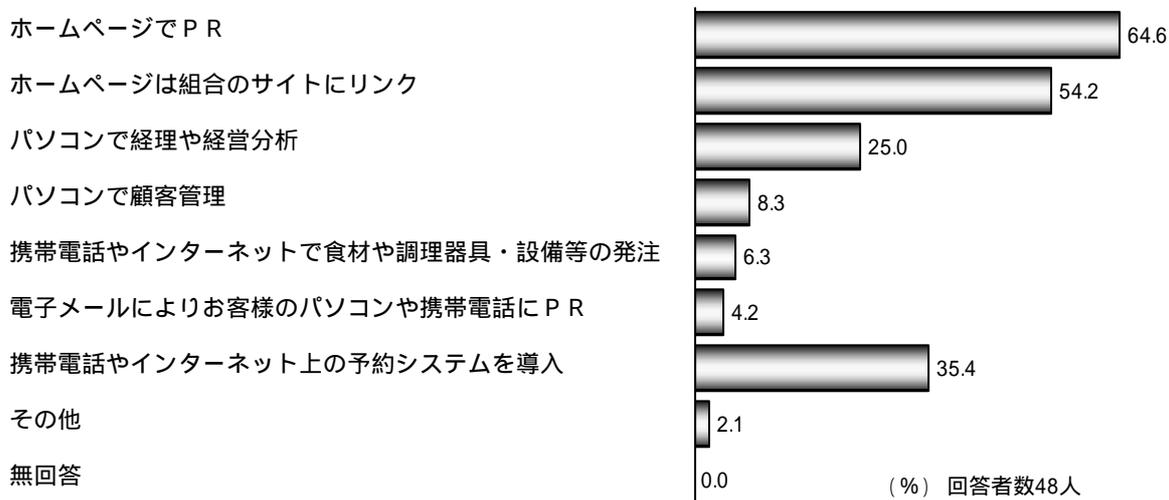
ホームページからの宿泊予約が浸透しつつあり、メールの活用やクレジットカード利用なども一般化してきている。営業の負担も軽減される等のITの利点を積極的に活用する店とそうでない店との二極化がみられる。ITになじまないお客様への対応も含め、ITの有効な活用方法の検討が課題である。

問8 IT（情報技術、パソコンによる経営合理化や携帯電話を含むインターネット利用）化への対応は行なっていますか。

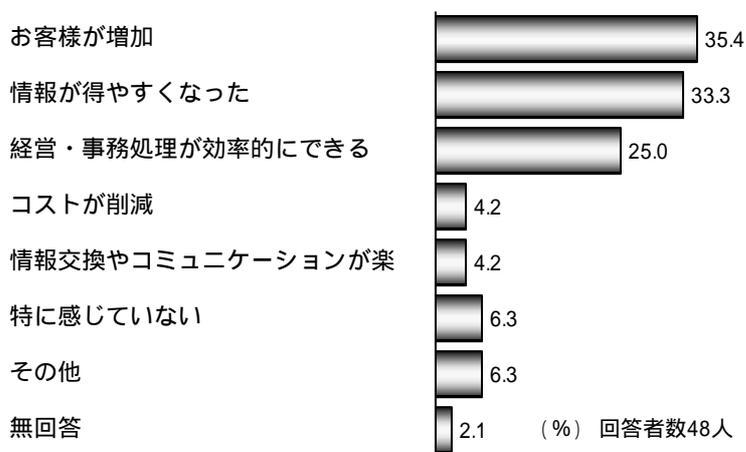


問8 - 1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。



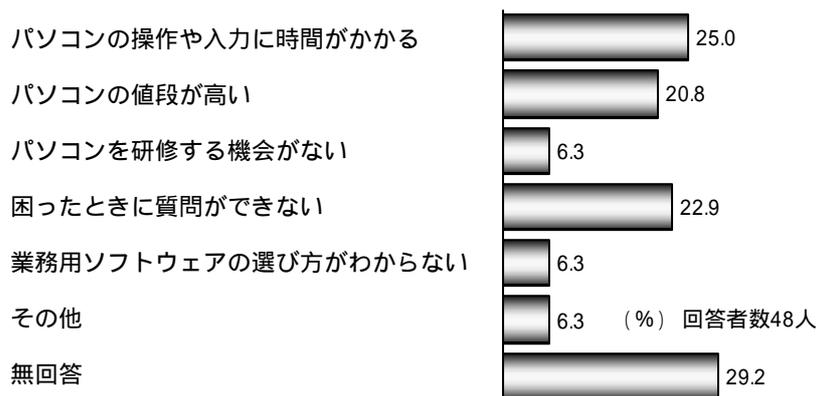
イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(お客様の年齢幅が広がった。多少増加。地域の事情から現状はまだまだの状態)

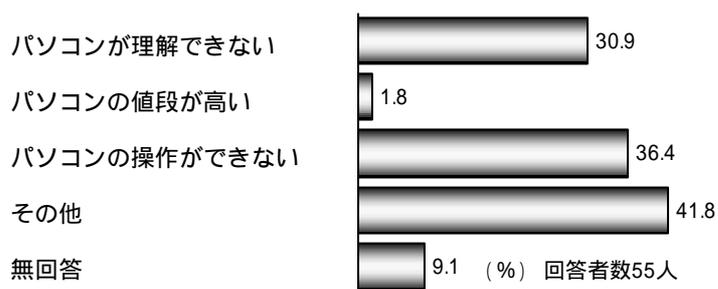
ウ IT化を更に進めるため、障害となっていることがありますか。



*「その他」の主な内容
(資本。予約管理システムを導入するには費用がかかる。)

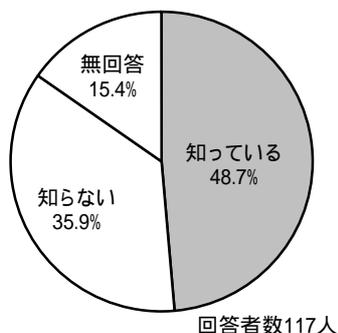
問8 - 2 「行っていない」をお選びの方へ 【複数回答可】

「行っていない」理由はどのようなものでしょうか。

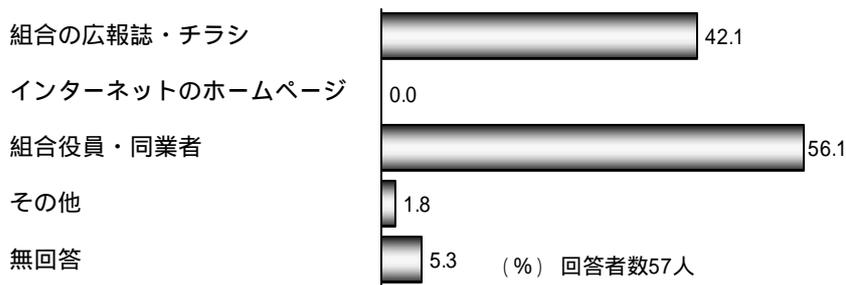


*「その他」の主な内容
(現在の店の状況からパソコンは必要ない。パソコンがなくても特に不自由を感じない。インターネットの回線の配線工事が大がかりになる。お客がITになじまない。宣伝媒体としてIT以外を考えている。規模が小さいのでメリットが得られない。)

問9 東京都生活衛生営業指導センターでは2日間のパソコン研修会(受講料:2千円)を年間20回程度開催していますが、ご存知でしょうか。



「知っている」をお選びの方へ、開催をどのような方法で知りましたか。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容 (郵便)

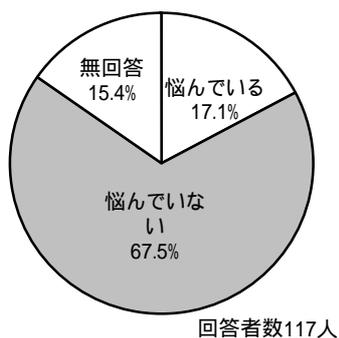
(4) 後継者問題

- 1) 後継者問題に「悩んでいる」のは17%と他の業種に比し、比較的少ない。
- 2) 悩みの理由は、「子供がいない」が45%で最も多く、「子供は既に別の仕事」「子供はあとを継がない」が続く。
- 3) 悩んでいない理由は、「子供が後継者になる予定」が57%で、「自分の代で廃業することを決めた」の23%を大きく上回っている。

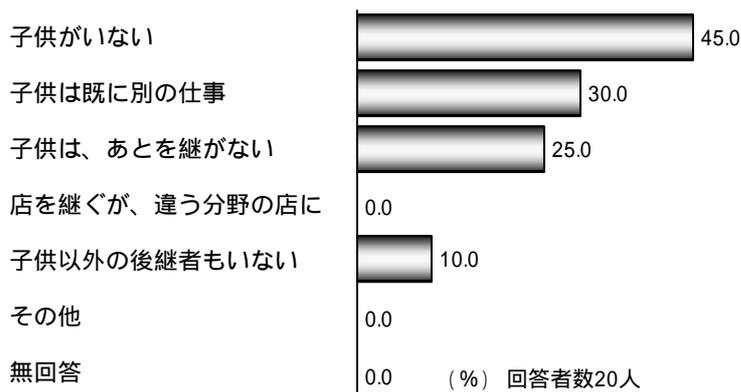
<提言>

後継者問題は、従業員などを含む経済問題でもある。組合として、組合員であるオーナーだけでなく関係者が抱えた問題に対する検討をしていくことが業界全体のためになると考えられる。

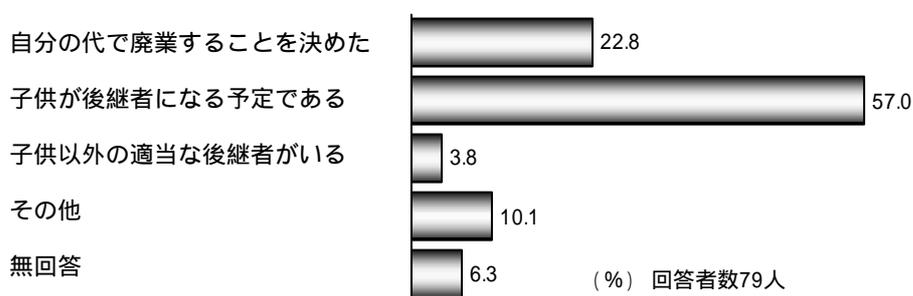
問10 あなたは後継者の問題で悩んでいますか。



問10-1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】



問10-2 「悩んでいない」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(自分の代で廃業するかもしれない。子供次第である。後継者でなぜ悩むかわからない。子供以外の適当な後継者がいれば任せることも考えている。管理人をおく。)

(5) 他業種との関係

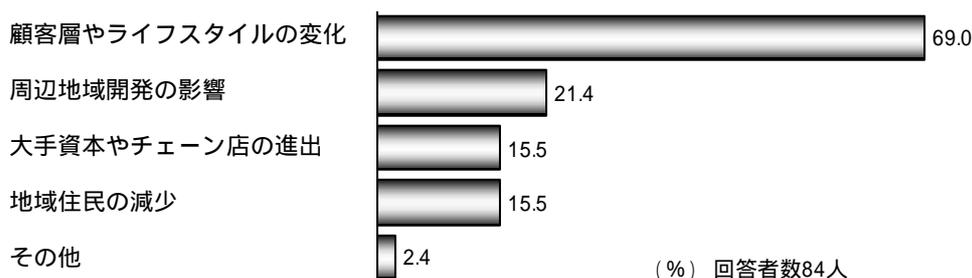
1)経営状態が厳しい原因としては、「顧客層やライフスタイルの変化」が69%と圧倒的に多く、「周辺地域開発の影響」が21%でそれに次いでいる。

2) 他業種との連携は、「検討している」のは6.0%と非常に少ない。

< 提言 >

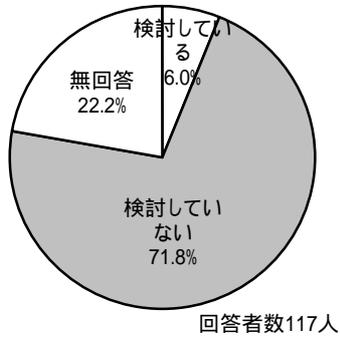
新規顧客層の開拓には、マーケティングリサーチが必要である。組合として取りかかることで、組合員の負担を減らし、共通する課題への対策を提示できると考えられる。

問11 経営状態が厳しいとお考えの場合、その原因はどのような環境の変化でしょうか。

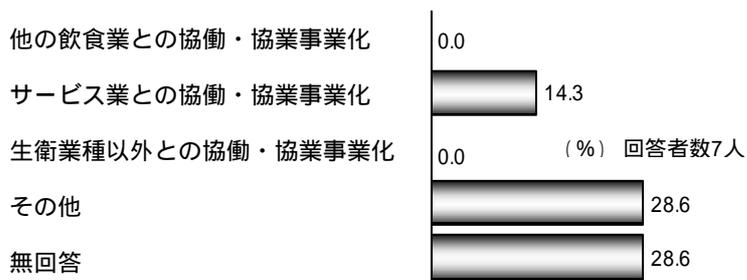


*「その他」の主な内容
 (交通の便が悪い。景気の後退)

問 12 将来的に、営業形態として他業種との協働・協業化を検討されていますか。



「検討している」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容
 (マンション経営。時代の流れについていく。)

(6) 組合の広報活動

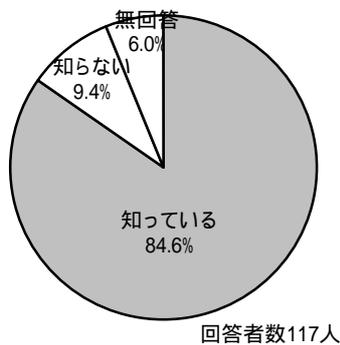
1) 組合によるお客様向けのサイトは「知っている」が85%、PRパンフレット「東京の安い宿」は同じく92%とよく周知されている。

2) 組合主催の各種研修会には55%が参加している。

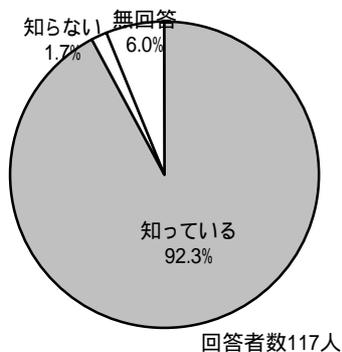
< 提言 >

広報活動の周知度は高い。広報すべき情報の内容と質が組合員の経営に役立っているかの評価を行い、さらに充実することで、組合の存在感を増すと考えられる。

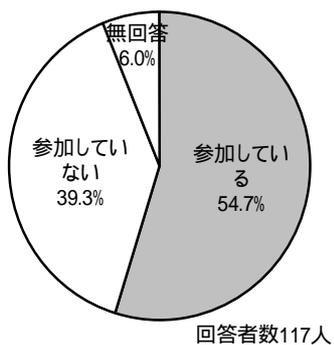
問 13-1 組合ホームページのお客様向けのサイト「東京の安い宿」：
<http://www.e-otomari.jp/pc.shtml> をご存じですか。



問 13-2 PRパンフレット「東京の安い宿」をご存じですか。



問 13-3 組合主催の各種研修会に参加されていますか。



(7) 生活衛生同業組合への要望(自由記述)

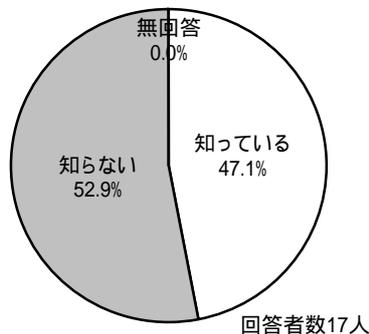
- ・社会の変化の激しい中、今後簡易宿泊所としてはどのような形で対応していけば良いのか。お客様の層はどのように変わっていくのか等の情報がほしい。
- ・私どもの旅館ではインターネット予約、特に外国人客の対応が多いので、自社のホームページから予約が入る。組合のホームページは反応が少ないのでインパクトのある何かをほしい。英語版のホームページも、機能していないようだ。効果のある方法を考えてほしい。
- ・業界の今後3～5年度の動向について知りたい。
- ・テレビのデジタル放送に変更する際の情報がほしい。相談先、必要機材、費用等具体的な情報が欲しい。
- ・設備に関する情報(風呂、トイレ等)を交換する機会や最新情報などがあると助かる。
- ・会合に欠席した際に何の情報も伝わってこないので資料など配付してほしい。
- ・組合員に対しての情報(特に役所関係)が入ってくるのに役員とのタイムラグがある。肝心な大事なことは一部の人間のみが知っていて他には流れないという閉鎖的なものを感じる。
- ・これから組合に積極的に参加しようと思っている。
- ・組合ホームページ、PRパンフレットの活用
- ・パソコン講習会、リクリエーションの実施

8 簡易宿泊業非組合員

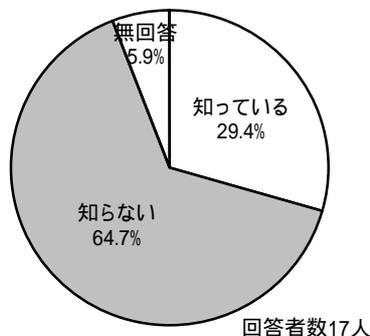
(1) 生活衛生同業組合への加入関係

- 1) 組合の存在については、50%近くが「知っている」が、その活動内容を知っているのは30%に満たない。
 - 2) 「知っている」とした活動内容は、「各種研修会の開催」、「経営関係情報の提供」が多い。
 - 3) 組合へ加入していない理由は、「活動の情報が伝わらない」が50%、「加入メリットが少ない」「組合活動に関心がない」がそれぞれ33%である。
 - 4) 組合加入の条件は、「組合の存在感をアピールする行事」が33%で最も多く、「研修会や講演会の開催」「融資制度」がこれに続く。
 - 5) 組合ホームページを「知っている」のは35%にすぎず、周知不足である。
- <提言>
かつての組合員が退会した原因を探ることも組合員維持の対策である。さらに、非組合員でも組合の活動内容を知ることができる組合ホームページの充実や情報発信はコスト的には小さい割に広報効果が期待できる。

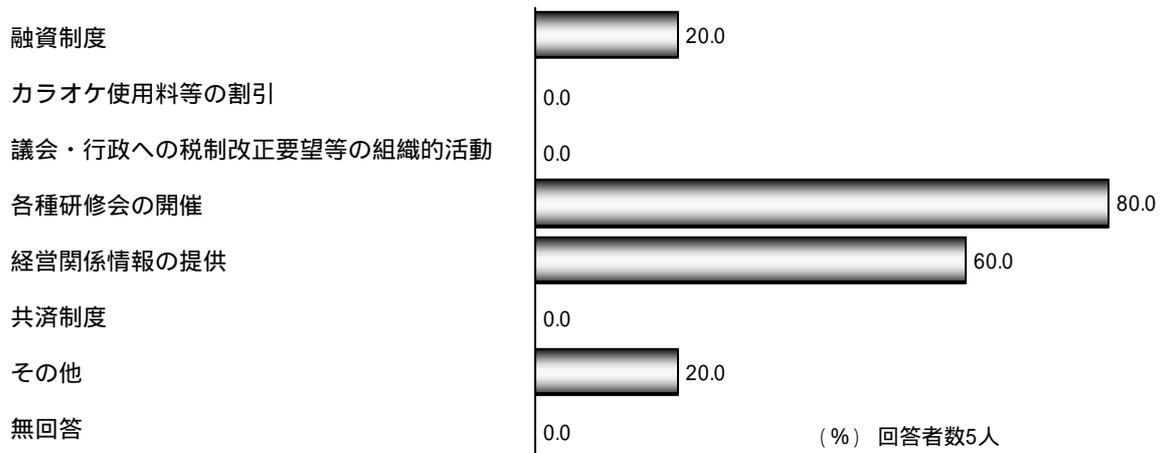
問1 飲食業やサービス業の事業者で組織する生活衛生同業組合がありますが、ご存じでしょうか。
(簡易宿泊営業では、簡易宿泊業生活衛生同業組合)



問2 生活衛生同業組合では、組合員のために様々な活動を行なっていることをご存じでしょうか。

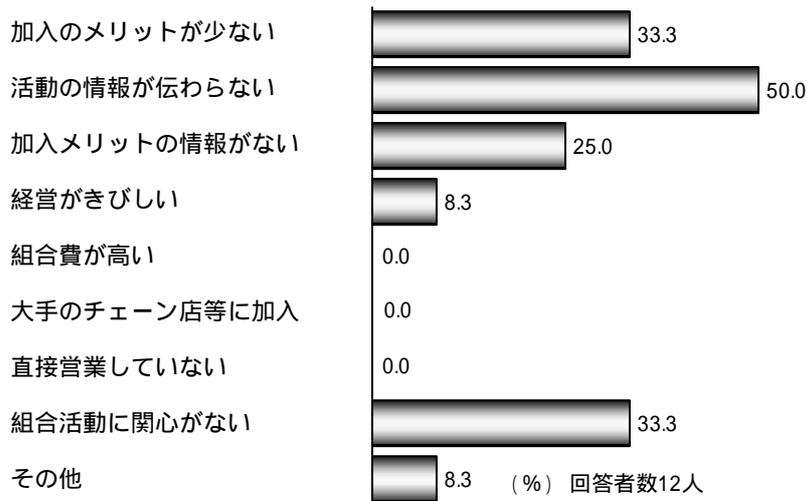


「知っている」をお選びの方へ、その内容をお選びください。 【複数回答可】



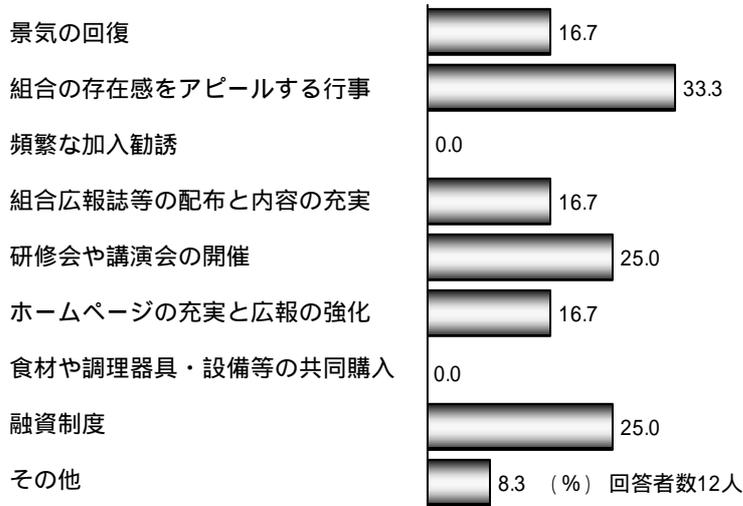
*「その他」の主な内容
(知っているが、活動内容の案内が来たことがない。)

問3 同業組合へご加入されていない理由がございましたら、ご回答をお願いします。



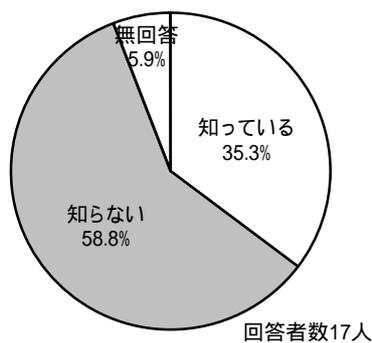
問4 同業組合へご加入されるとしたら、どのような条件が必要とお考えでしょうか。

【複数回答可】



問5 各同業組合ホームページのお客様向けのサイト（*下欄参照）をご存じでしょうか。

（*）簡易宿泊業では「東京の安い宿：<http://www.e-otomari.jp/pc.shtml>」



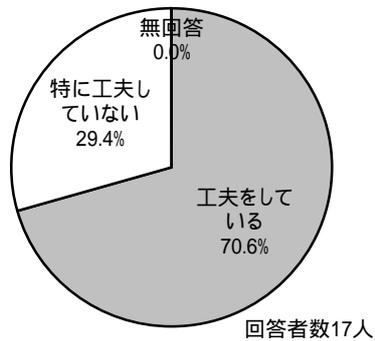
（2）営業向上の取り組み

- 1) お客様を獲得するために「工夫をしている」は約70%と多く、その内容は「店を改装」が58%で最も多く、以下「スタンプ・サービス」及び「時間帯を限ったサービスの提供」が50%、「インターネットで割引券を発行」が42%で続いている。
- 2) 他のお店を参考にしたいものは、「価格」が最も多い。
- 3) 経営上の工夫のヒントを得るのは、「自分自身で実地調査」が53%で最も多く、以下「同業者」「インターネット」等である。
- 4) 経営上の情報、官庁からの通達を知るのは、同様に「自分自身で実地調査」が最も多く、以下「同業者」などであるが「インターネット」は比較的少ない。

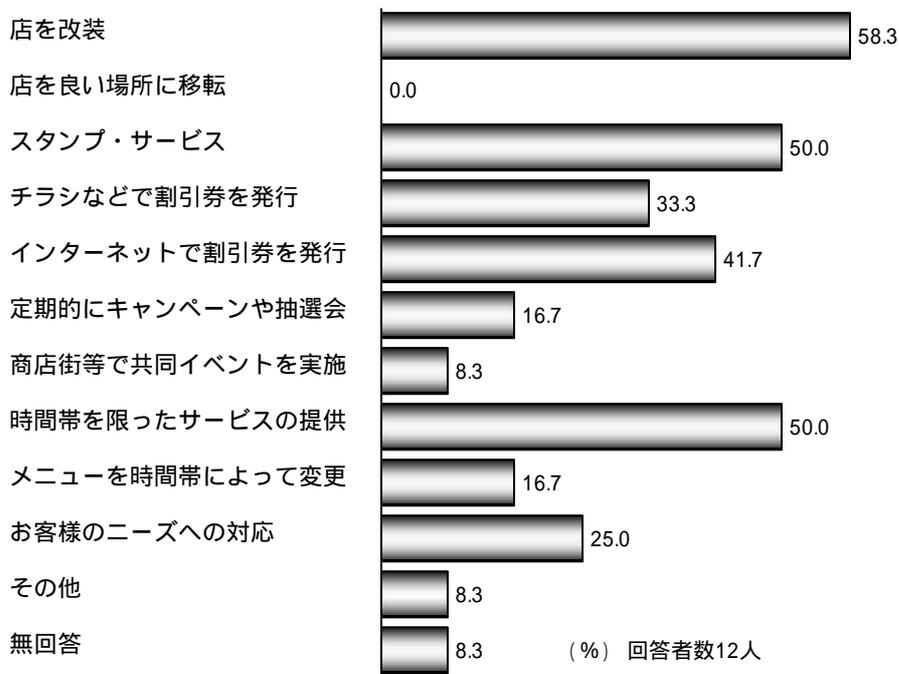
< 提言 >

組合員に対して、多様な種類の取組にチャレンジしていることがわかる。

問6 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。

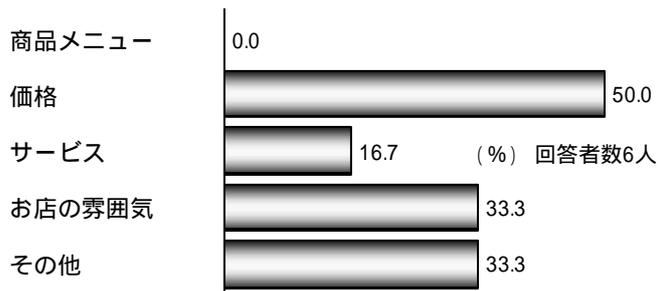


「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】

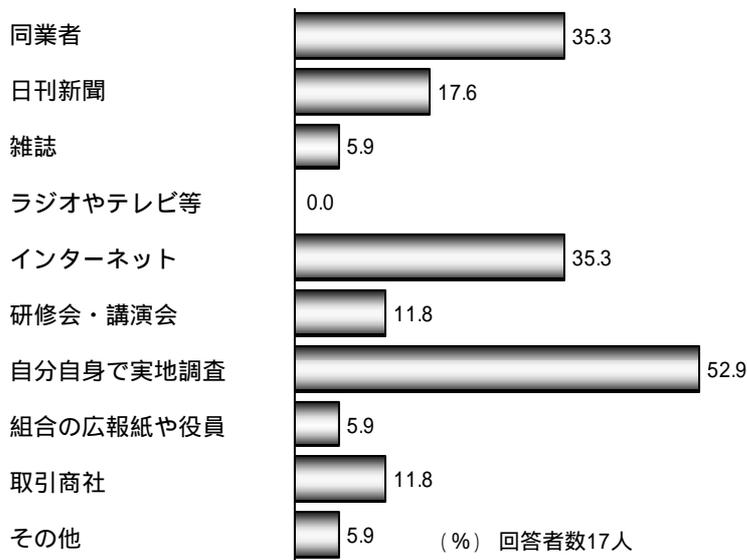


*「その他」の主な内容
(衛生面には細心の注意をしている。)

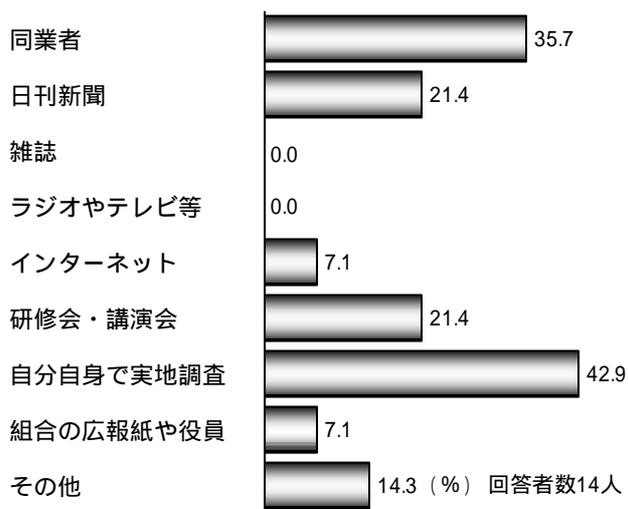
問7 他のお店の商品メニューやサービスなどで、今後参考にしたいものがありますか。



問8 経営上の工夫事例は、どこからヒントを得ていますか。【複数回答可】



問9 経営上の情報、監督官庁からの通達や公告などは、どこから得ていますか。【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(出入り業者。保健所)

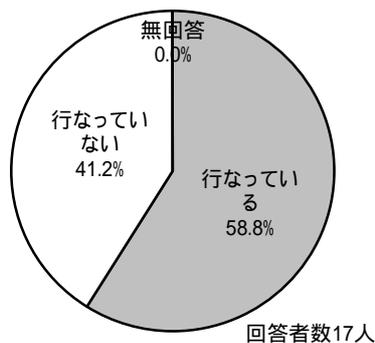
(3) IT (情報技術) の対応

- 1) ITへの対応は、「行なっている」が約60%と同業の組合員を上回っている。その内容は「ホームページでPR」が70%と最も多く、「パソコンで経理や経営分析」「インターネット上のお店の予約システムを導入」もそれぞれ40%が実施している。
- 2) ITの効果としては、「お客様が増加」が50%、「経営・事務処理が効率的にできる」が40%、「情報入手が得やすくなった」が30%等である。
- 3) IT化を行っていない理由は「パソコンの操作ができない」「パソコンが理解できない」などである。

<提言>

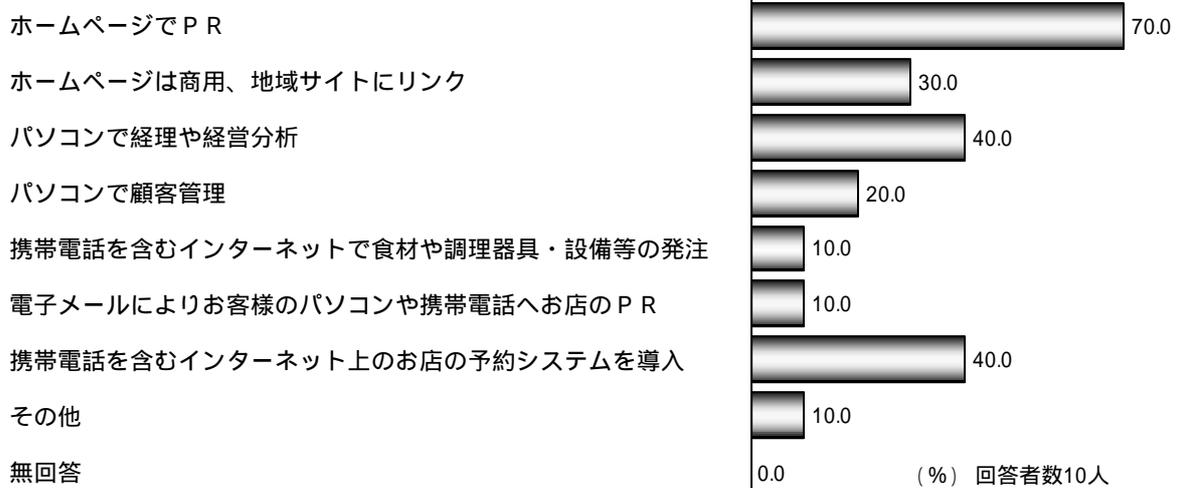
ホームページによる宣伝広報、インターネットによる予約が普及している。早期予約割引やポイントサービスなどの派生業務でお客様の困り込みも課題である。

問10 IT (情報技術、パソコンによる経営合理化や携帯電話を含むインターネット利用) の対応は、行なっていますか。

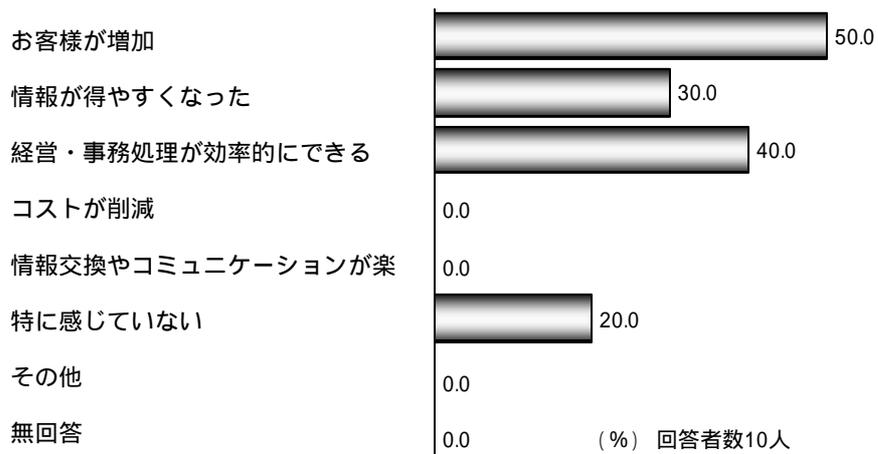


問10-1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

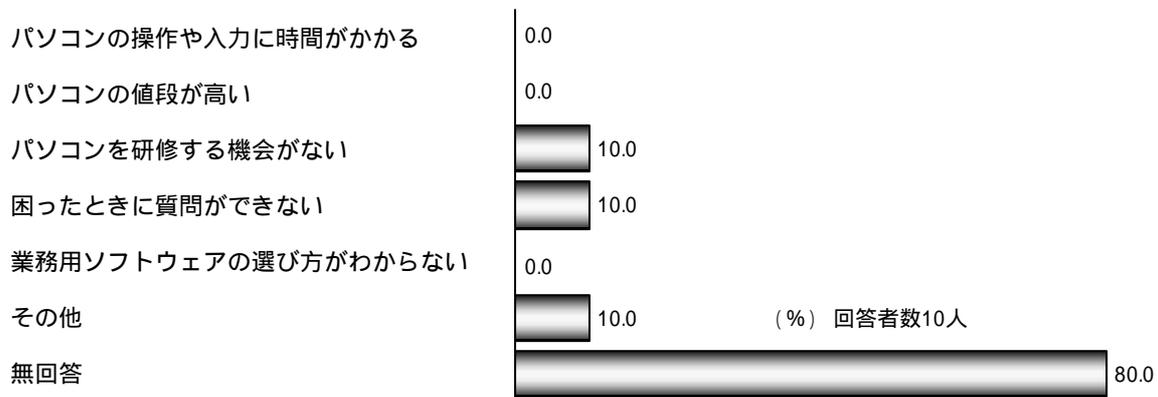
ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。



イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。【複数回答可】

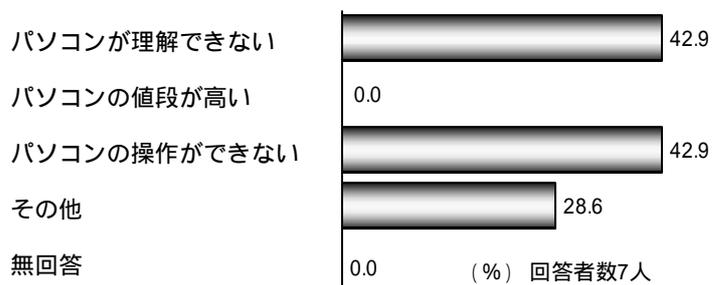


ウ IT化を更に進めるため、障害となっていることがありますか。



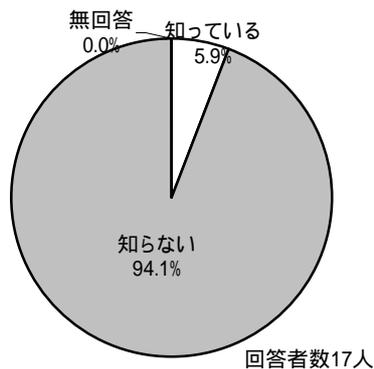
問10-2 「行っていない」をお選びの方へ 【複数回答可】

「行っていない」理由はどのようなものでしょうか。



*「その他」の主な内容
(当方でHP管理を行わず本社一括。特に必要ない。)

問11 東京都生活衛生営業指導センターでは2日間のパソコン研修会(受講料：2千円)を年間20回程度開催していますが、ご存知でしょうか。



「知っている」をお選びの方へ、開催をどのような方法で知りましたか。 【複数回答可】



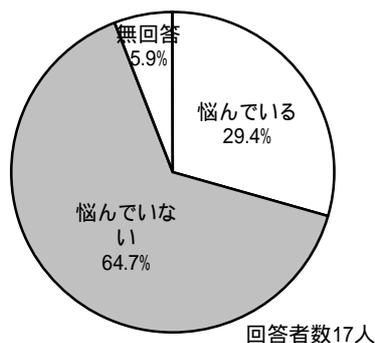
(4) 後継者問題

- 1) 後継者問題は、「悩んでいる」が29%で、その理由は「子供がいない」が60%で最も多い。
 2) 悩んでいない理由は、「子供が後継者になる予定である」が46%、「自分の代で廃業する事を決めた」が18%である。

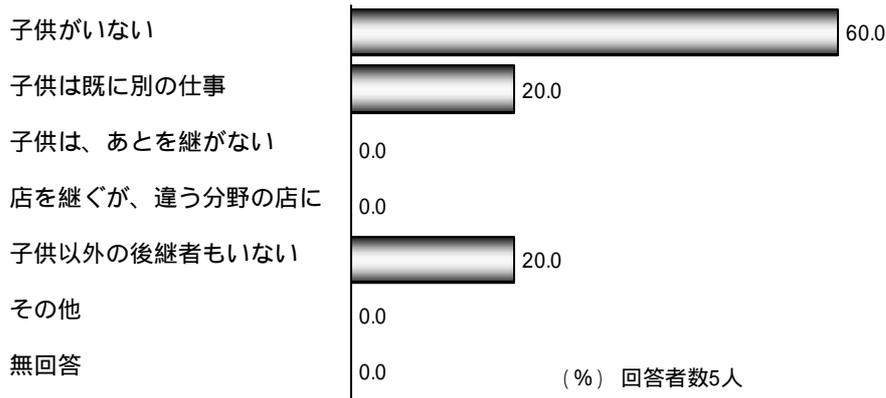
<提言>

非組合員であるので、組合としてその内情は把握しがたいが、共通の問題でもありホームページ上で掲示板や相談コーナーなどを設けることでお役に立つことも考えられる。加入のきっかけになることも想定できる。

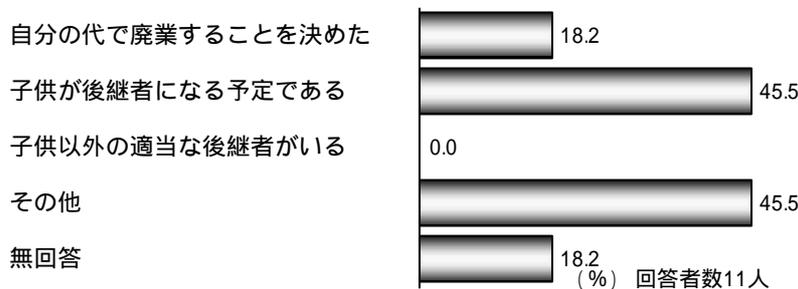
問12 あなたは後継者の問題で悩んでいますか。



問 12 - 1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】



問 12 - 2 「悩んでいない」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容 (経営者ではない。)

(5) 他業種との関係

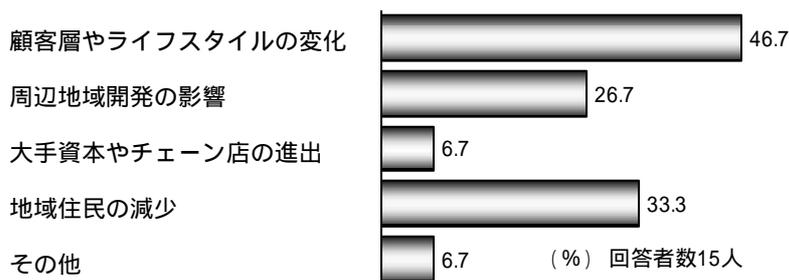
1) 経営状態が厳しくなった原因となる環境変化は、「顧客層やライフスタイルの変化」が 47%と最も多く、「地域住民の減少」「周辺地域開発の影響」などが続く。

2) 他業種との連携は、88%近くが検討していない。

<提言>

地域コミュニティの一つの核として、商店街や商工会での懸案事項として異業種連携を検討することも可能ではないか。

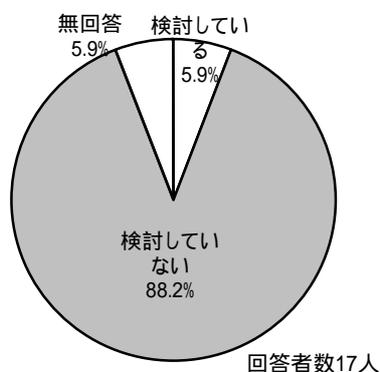
問 13 経営状態が厳しいとお考えの場合、その原因はどのような環境の変化でしょうか。



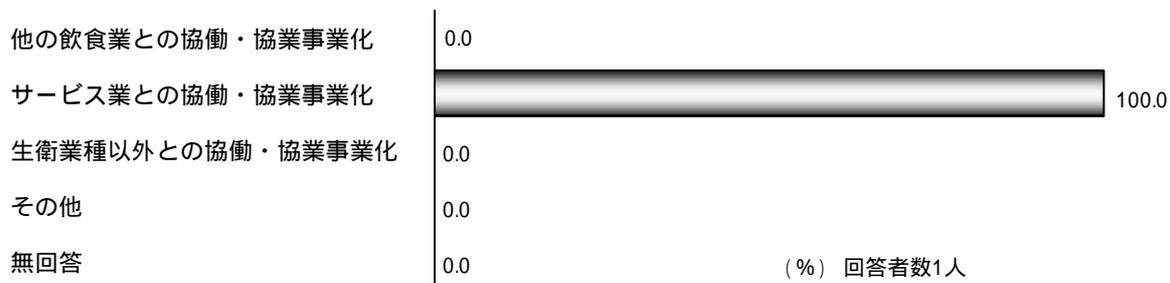
*「その他」の主な内容

(高齢化による減少はやむを得ないが、簡宿がなくなるとは思わずがんばります。)

問 14 将来的に、営業形態として他業種との協働・協業化を検討されていますか。



「検討している」をお選びの方へ 【複数回答可】



(6) 自由記述

- ア 現在、お店を経営していく中で最も困っていることは、どのようなことでしょうか。
- ・現況を改装して新しくした場合、一室の面積(大きさ) 設備(消防法等)等で今の土地では採算に合わない。
 - ・設備投資資金
 - ・宿泊客が減少して困っている。
 - ・お客様が増えると問題も増える。ホテルの夜間を作成しようかと悩んでいる。
 - ・人手不足
 - ・節税
 - ・営業力が弱い。宣伝力も弱く、JR系ホテルが駅ビル内にできるので困っている。
 - ・新規に建てたいが銀行融資が無理で、低利で長期の融資があれば助かる。
- イ 生活衛生同業組合への要望
- ・現状報告がほしい。
 - ・業界の地位向上、発展
 - ・もっと弱小企業を助けてほしい。人材を紹介してほしい。
 - ・情報量が少なすぎる。

資料

- 1 調査票
- 2 経営基盤支援事業検討委員会

仕切り紙、白紙

1 調査票

経営基盤支援事業に係わるアンケート

・ 麺類、料理、喫茶飲食、簡易宿泊業 ・

アンケート調査へのご協力のお願いと目的

前略、晩秋の頃、益々ご清栄のこととお喜び申し上げます。

財団法人東京都生活衛生営業指導センターは、飲食業（鮭商、麺類、中華料理、社交飲食業、料理、飲食業、喫茶飲食）やサービス業（理容、美容、興行、ホテル旅館、簡易宿泊業、公衆浴場業、クリーニング）及び販売業（食鳥肉販売業、氷雪販売業）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、利用者と消費者の利益擁護などを目的とした公益法人です。

このアンケート調査は、生活衛生関係営業の経営基盤の安定を図るため、後継者確保対策、営業の工夫事例、協働・協業化等の諸問題を把握し、その解決に向けて提言することを目的としています。

お忙しいところ誠に恐れ入りますが、本趣旨をご理解のうえ、より良い成果を得ることができますように、調査へのご協力をお願い申し上げます。

本調査結果は上記の目的のみに使用し、ご回答者にご迷惑をおかけすることは決してございません。

また、ご回答者の皆様には「薄謝」を用意致しておりますので、お受け取り下さいますようお願いいたします。

なお、本調査の結果については、報告書に取りまとめて、東京都生活衛生営業指導センターのホームページ（<http://www.seiei.or.jp/tokyo/>）内に掲載する予定ですので、ご覧ください。

平成 18 年 11 月

〒150-0012 東京都渋谷区広尾 5-7-1 東京都広尾庁舎内

TEL 03-3445-8751

財団法人 東京都生活衛生営業指導センター

理事長 高橋元彰

記入上のお願い

ご回答は、項目の中から当てはまるものを選んで、その項目又は番号を で囲んでください。ご回答が「その他」の場合には、番号を で囲んで（ ）内に具体的にご記入ください。ご記入がお済みになりましたら、お手数ですが 11 月末日までに、所属する同業組合までお戻しく下さい。

アンケートの中で不明な点がございましたら、下記へご連絡ください。

財団法人 東京都生活衛生営業指導センター

東京都渋谷区広尾五丁目 7 番 1 号

TEL 03 - 3445 - 8751

生活衛生同業組合への加入関係

問1 生活衛生同業組合加入のメリットを感じていますか。

【 感じている 感じていない 】

問1-1 「感じている」をお選びの方へ 【複数回答可】

ア メリットとして感じるのは、どのようなことですか。

- 1 有利な融資が得られる。
- 2 JASRAC（社団法人日本音楽著作権協会）の割引が得られる。
- 3 議会・行政への税制改正要望等の組織的活動ができる。
- 4 各種研修会に参加できる。
- 5 様々な情報源が得られる。
- 6 各種の共済制度がある。
- 7 その他（ ）

イ 組合加入のメリットを感じる具体的な事例があればご記入ください。

（ ）

問1-2 「感じていない」をお選びの方へ、組合加入のメリットとして何を期待していますか。

（ ）

問2 組合員が減っていますが、その原因はどこにあるとお考えですか。 【複数回答可】

- 1 組合加入のメリットが少ない。
- 2 組合活動の情報が伝わって来ない。
- 3 組合加入のメリットについて情報がない。
- 4 経営がきびしい。
- 5 組合費が高い。
- 6 後継者がいない。
- 7 直接営業していない（店舗を貸している等）。
- 8 組合活動に関心がない。
- 9 その他（ ）

問3 組合員を増やすにはどのような方策があるとお考えですか。 【複数回答可】

- 1 景気の回復
- 2 組合の存在感（食の安全性の情報提供、営業の支援等）をアピールする行事の実施
- 3 頻繁な加入勧誘
- 4 組合広報誌等の配布と内容の充実
- 5 経営上の工夫のヒント（繁盛店のレポート等）が得られる研修会や講演会の開催
- 6 組合ホームページの充実と広報機能の強化
- 7 食材や調理器具・設備等の共同購入
- 8 融資制度や共済制度の充実
- 9 その他（ ）

問4 （社）中小企業診断協会に属する中小企業診断士による経営改善のための無料経営診断（5日～6日程度の個別企業相談、診断、調査など）の機会があれば、参加したいと思いませんか。なお、この診断は、企業秘密が保持されます。

【 参加したい 参加したくない どちらでもない 】

営業向上の取り組み

問5 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。

【 工夫をしている 特に工夫していない 】

「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】

- 1 お店を改装した。
- 2 お店を良い場所に移転した。
- 3 街の中や駅等に広告を出している。
- 4 スタンプ・サービスを行なっている。
- 5 チラシなどで割引券を発行している。
- 6 インターネットで割引券を発行している。
- 7 定期的にキャンペーンや抽選会を行なっている。
- 8 商店街や同業者で共同イベントを実施している。
- 9 時間帯を限ったサービスを提供している（例：商品の割引等）。
- 10 メニューを時間帯によって変えている（モーニングセット、ランチタイムサービス等）。
- 11 お客様ニーズに対応している（健康志向、素材の安全性、サービス向上、低価格メニュー等）。
- 12 その他（ ）

- 問6 他のお店の商品メニューやサービスなどで、今後参考にしたいものがありますか。
- 1 商品メニュー ()
 - 2 価格 ()
 - 3 サービス ()
 - 4 お店の雰囲気 ()
 - 5 その他 ()

- 問7 経営上の工夫事例は、どこからヒントを得ていますか。 【複数回答可】
- 1 組合広報誌 2 組合役員・同業者 3 日刊新聞
 - 4 雑誌 5 ラジオやテレビ等 6 インターネット
 - 7 研修会・講演会 8 自分自身で実地調査
 - 9 その他 ()

IT (情報技術) の対応

- 問8 IT (情報技術、パソコンによる経営合理化や携帯電話を含むインターネット利用) 化への対応は行なっていますか。

【 行なっている 行なっていない 】

- 問8 - 1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。

- 1 お店をホームページでPRしている。
- 2 お店のホームページは所属する同業組合のサイト (*下欄参照) にリンクしている。
- 3 パソコンで経理や経営分析を行なっている。(使用ソフト名:)
- 4 パソコンで顧客管理をしている。(使用ソフト名:)
- 5 携帯電話やインターネットで食材や調理器具・設備等の発注を行なっている。
- 6 電子メールによりお客様のパソコンや携帯電話へお店のPRを行なっている。
- 7 携帯電話やインターネット上のお店の予約システムを導入している。
- 8 その他 ()

(*) 麺類では「そばマップ : <http://www.menkyo.or.jp>」

料理では「料亭&料理店ガイド : <http://gnavi.joy.ne.jp/ryoriten/>」

簡易宿泊業では「東京の安い宿 : <http://www.e-otomari.jp/pc.shtml>」

イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。【複数回答可】

- 1 お客様が増加した。 2 情報が得やすくなった。
- 3 経営・事務処理が効率的にできるようになった。
- 4 コストが削減できた。 5 情報交換やコミュニケーションが楽になった。
- 6 特に感じていない。
- 7 その他 ()

ウ IT化を更に進めるため、障害となっていることがありますか。

- 1 パソコンの操作や入力に時間がかかる。 2 パソコンの値段が高い。
- 3 パソコンを研修する機会がない。 4 困ったときに質問できる場所がない。
- 5 業務用ソフトウェア (経理、人事管理、給与計算、税務申告等) の選び方がわからない。
- 6 その他 ()

- 問8 - 2 「行なっていない」をお選びの方へ 【複数回答可】

「行なっていない」理由はどのようなものでしょうか。

- 1 パソコンが理解できない。 2 パソコンの値段が高い。
- 3 パソコンの操作ができない。
- 4 その他 ()

問9 東京都生活衛生営業指導センターでは2日間のパソコン研修会(受講料:2千円)を年間20回程度開催していますが、ご存知でしょうか。

【知っている 知らない】

「知っている」をお選びの方へ、開催をどのような方法で知りましたか。【複数回答可】

- 1 組合の広報誌・チラシ
- 2 インターネットのホームページ
- 3 組合役員・同業者
- 4 その他()

後継者問題

問10 あなたは後継者の問題で悩んでいますか。

【悩んでいる 悩んでいない】

問10-1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】

- 1 子供がいない。
- 2 子供は既に別の仕事をしている。
- 3 就業前の子供がいるが、あとを継ぐ予定がない。
- 4 子供がお店を継ぐ場合は、違う分野の店にするといわれている。
- 5 子供以外の適当な後継者もない。
- 6 その他()

問10-2 「悩んでいない」をお選びの方へ 【複数回答可】

- 1 自分の代で廃業することを決めた。
- 2 子供が後継者になる予定である。
- 3 子供以外の適当な後継者がいる。
- 4 その他()

他業種との関係

問11 経営状態が厳しいとお考えの場合、その原因はどのような環境の変化でしょうか。

- 1 顧客層やライフスタイルの変化
- 2 周辺地域開発の影響
- 3 大手資本やチェーン店の進出
- 4 地域住民の減少
- 5 その他()

問12 将来的に、営業形態として他業種との協働・協業化を検討されていますか。

【検討している 検討していない】

「検討している」をお選びの方へ 【複数回答可】

- 1 他の飲食業との協働・協業事業化を検討している。(例:鮎屋と麺類販売業)
- 2 サービス業(*下欄参照)との協働・協業事業化を検討している。
- 3 生衛業種以外との協働・協業事業化を検討している。(例:料理店と陶器・食器類販売)
- 4 その他()

(*) サービス業とは、理容、美容、興行、ホテル旅館、簡易宿泊業、公衆浴場、クリーニングです。

東京都麺類生活衛生同業組合員の皆様にお伺いします。

問 13-1 組合ホームページのお客様向けのサイト「そばマップ : <http://www.menkyo.or.jp>」をご存じですか。

【 知っている 知らない 】

問 13-2 お店では、そば・うどんPR事業のために広報誌「酒・めん・肴」をお客様に配付していますか。

【 配付している 配付していない 】

問 13-3 お店では、四季ごとの宣伝ポスターを店内で掲示されていますか。

【 掲示している 掲示していない 】

問 13-4 全国大会への参加の予定はありますか。

【 予定はある 予定はない 】

問 13-5 組合が実施している福利厚生制度を利用されていますか。

【 利用している 利用していない 】

生活衛生同業組合への要望

東京都麺類生活衛生同業組合に望むことがありましたら、ご自由にご記入ください。

(参加したい行事、受講したい講演会や講習会、入手したい情報など)

東京都料理生活衛生同業組合員の皆様にお伺いします。

問 13-1 組合ホームページのお客様向けのサイト「料亭&料理店ガイド：

<http://gnavi.joy.ne.jp/ryoriten/>」をご存じですか。

【 知っている 知らない 】

問 13-2 パソコンが無くても無料で組合のホームページにお店の概要が載せられ、新規顧客の開拓につながることをご存じですか。

【 知っている 知らない 】

問 13-3 インターネット販売「名店お取り寄せ」をご存じですか。

【 知っている 知らない 】

問 13-4 組合が中食市場進出促進事業を行なうことをご存じですか。

【 知っている 知らない 】

問 13-5 「もてなし」文化の継承・普及を目標とした従業員教育事業をご存じですか。

【 知っている 知らない 】

問 13-6 組合が実施している全国の魚市場から取り寄せできる産地直送システムをご存じですか。

【 知っている 知らない 】

問 13-7 組合が実施している上記の6事業について十分な説明があれば参加したいと思いますか、

【 参加したい 参加したくない 】

問 13-8 参加したいと思う事業をお選び下さい。【複数回答可】

- | | |
|----------------------|----------------------|
| 1 各店ホームページ制作促進事業 | 2 各店ホームページの組合サイト無料掲載 |
| 3 インターネット販売「名店お取り寄せ」 | 4 中食市場進出促進事業 |
| 5 「もてなし」文化の従業員教育事業 | 6 産地直送事業 |
| 7 参加したい事業はない | |

生活衛生同業組合への要望

東京都料理生活衛生同業組合に望むことがありましたら、ご自由にご記入ください。

(参加したい行事、受講したい講演会や講習会、入手したい情報など)

東京都喫茶飲食生活衛生同業組合員の皆様にお伺いします。

問 13-1 平成 16 年度まで実施した消費者謝恩まつりの開催をご存じですか。

(例年 9 月から 10 月頃開催)

【 知っている 知らない 】

問 13-2 組合主催の消費者謝恩まつりに参加されましたか。

【 参加している 参加していない 】

生活衛生同業組合への要望

東京都喫茶飲食生活衛生同業組合に望むことがありましたら、ご自由にご記入ください。

(参加したい行事、受講したい講演会や講習会、入手したい情報など)

東京都簡易宿泊業生活衛生同業組合員の皆様にお伺いします。

問 13-1 組合ホームページのお客様向けのサイト「東京の安い宿：
<http://www.e-otomari.jp/pc.shtml>」をご存じですか。

【 知っている 知らない 】

問 13-2 PRパンフレット「東京の安い宿」をご存じですか。

【 知っている 知らない 】

問 13-3 組合主催の各種研修会に参加されていますか。

【 参加している 参加していない 】

生活衛生同業組合への要望

東京都簡易宿泊業生活衛生同業組合に望むことがありましたら、ご自由にご記入ください。
(参加したい行事、受講したい講演会や講習会、入手したい情報など)

ご回答者について

最後に、ご回答者にお伺いします。

- F1 回答者
1 経営者 2 経営者の家族 3 従業員 4 その他()
- F2 性別
1 男性 2 女性
- F3 年齢
1 10代 2 20代 3 30代 4 40代
5 50代 6 60代 7 70歳以上
- F4 お店の形態
1 自己所有 2 賃借 3 その他()
- F5 営業時間
(時~ 時)うち休憩時間は(時~ 時) 休憩時間がない
- F6 定休日【複数回答可】
1 土・日曜日や祝祭日 2 平日(曜日) 3 年未年始 4 夏休み
5 不定期 6 年中無休 7 その他()
- F7 従業者数
全員で 人(パート、アルバイトを含む)
- F8 お店の立地条件
1 商店街 2 住宅街 3 オフィス街 4 その他()
- F9 お客様の男性：女性の割合はどれくらいですか。
1 同じくらい 2 男性のほうが多い 3 女性のほうが多い
4 ほとんど男性 5 ほとんど女性 6 その他()
- F10 お客様の組合せで多いのはどれですか。
1 家族 2 友人 3 仕事関係 4 1人 5 その他()
- F11 お店の所在地
1 千代田区 2 中央区 3 港区 4 新宿区 5 文京区
6 台東区 7 墨田区 8 江東区 9 品川区 10 目黒区
11 大田区 12 世田谷区 13 渋谷区 14 中野区 15 杉並区
16 豊島区 17 北区 18 荒川区 19 板橋区 20 練馬区
21 足立区 22 葛飾区 23 江戸川区
24 多摩東部エリア(*1) 25 多摩中央部北エリア(*2)
26 多摩中央部南エリア(*3) 27 多摩西部エリア(*4)

* 1 : 多摩東部エリア(武蔵野・三鷹・調布・小金井・小平・東村山・西東京・国分寺・狛江・清瀬・東久留米の各市)

* 2 : 多摩中央部北エリア(立川市・昭島市・福生市・東大和市・武蔵村山市・羽村市・瑞穂町)

* 3 : 多摩中央部南エリア(八王子市・府中市・町田市・日野市・国立市・多摩市・稲城市)

* 4 : 多摩西部エリア(青梅市・あきる野市・日の出町・奥多摩町・檜原村)

質問は以上です。ご協力誠にありがとうございました。

非組合員には、次のとおり質問内容を変えてアンケート調査を行なった。

1 追加の項目・・・生活衛生同業組合について

問1 飲食業やサービス業の営業者で組織する生活衛生同業組合がありますが、ご存じでしょうか。

- ・ 麺類営業では、麺類生活衛生同業組合
- ・ 料理営業では、料理生活衛生同業組合
- ・ 喫茶飲食営業では、喫茶飲食生活衛生同業組合
- ・ 簡易宿泊営業では、簡易宿泊業生活衛生同業組合

【 知っている 知らない 】

2 削除した項目・・・営業診断について

問4 (社)中小企業診断協会に属する中小企業診断士による経営改善のための無料経営診断(5日～6日程度の個別企業相談、診断、調査など)の機会があれば、参加したいと思いますか。なお、この診断は、企業秘密が保持されます。

【 参加したい 参加したくない どちらでもない 】

3 追加の項目・・・ホームページについて

問5 各同業組合ホームページのお客様向けのサイト(*下欄参照)をご存じでしょうか。

(*) 麺類では「そばマップ：<http://www.menkyo.or.jp>」

料理では「料亭&料理店ガイド：<http://gnavi.joy.ne.jp/ryoriten/>」

簡易宿泊業では「東京の安い宿：<http://www.e-otomari.jp/pc.shtml>」

【 知っている 知らない 】

4 追加の項目・・・情報、通達、公告について

問9 経営上の情報、監督官庁からの通達や公告などは、どこから得ていますか。 【複数回答可】

- | | | |
|-------------|-------------|-----------|
| 1 同業者 | 2 日刊新聞 | 3 雑誌 |
| 4 ラジオやテレビ等 | 5 インターネット | 6 研修会・講演会 |
| 7 自分自身で実地調査 | 8 組合の広報紙や役員 | 9 その他 () |

5 削除した項目・・・各業態の行事等について

6 追加の項目・・・意見

現在、お店を経営していく中で最も困っていることは、どのようなことでしょうか。差し支えない範囲でご記入ください。

2 経営基盤支援事業検討委員会

(1) 経営基盤支援事業検討委員会の要綱

平成17年9月12日制定

(目的)

第1条 この要綱は、生活衛生営業指導費補助金に係る活性化促進事業として実施する経営基盤支援事業について、事業の実施方策等を検討する「経営基盤支援事業検討委員会」(以下「委員会」という。)の設置及び運営に関して必要な事項を定めるものである。

(検討事項)

第2条 委員会は、次に掲げる事項を検討し、財団法人東京都生活衛生営業指導センター理事長(以下「理事長」という。)に、その結果を具申するものとする。

調査対象者の選定方法に関すること。

アンケートの企画・実施・分析・集約に関すること。

その他、前各号に関すること。

(構成)

第3条 委員会の委員の構成は、次のとおりとし、理事長が委嘱する。

学識経験者の委員 3名以内

生活衛生同業組合からの委員 5名以内

2 前項第2号に規定する生活衛生同業組合からの委員は、理事長が対象業種として指定する業種の生活衛生同業組合から推薦された者とし、その任期は当該業種に係る事業の終了時までとする。

3 任期中に交代した委員については、前任者の任期の残存期間とする。

(委員長)

第4条 委員会に委員長1名を置く。

2 委員長は、学識経験者である委員の中から理事長が委嘱する。

3 委員長は、委員会の議長を務めるほか、会務を総理し、委員会を代表する。

4 委員長に事故があるときは、委員長があらかじめ指名する委員がその職務を代行するものとする。

(招集及び定足数)

第5条 委員会は、理事長が招集する。

2 委員会の開催は、委員の過半数の出席を要するものとする。

(委員以外の者の出席)

第6条 委員会の要請を受け、理事長が認めるときは、委員以外の者を委員会に出席させることができるものとする。

(報酬等の支給)

第7条 委員会に出席した者については、報酬及び旅費を支給する。

2 前項に定める報酬及び旅費の額、支給方法等は理事長が別に定めるところによる。

(運営等に必要な事項)

第8条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関して必要な事項は、委員会において定めることができるものとする。

(委員会の設置期限)

第9条 この委員会の設置期限は、平成21年3月31日までとする。

(庶務)

第10条 委員会に関する庶務は、財団法人東京都生活衛生営業指導センターの事務局において処理するものとする。

2 事務局の職員は、委員会に出席し議長の許可をえて発言することができるものとする。

附 則

この要綱は、平成17年9月12日から施行する。

(2) 経営基盤支援事業検討委員会委員の名簿

敬称略

区 分	氏 名	所 属	備 考
学 識 経 験 者	松波 淳也	法政大学 経済学部 教授	委員長
	小出 康之	中小企業診断士	
生活衛生 同業組合 からの委員	安岡 治夫	東京都麺類生活衛生同業組合	
	藤野 雅彦	東京都料理生活衛生同業組合	
	富山 恭行	東京都喫茶飲食生活衛生同業組合	
	山田 進	東京都簡易宿泊業生活衛生同業組合	

(3) 経営基盤支援事業検討委員会の開催状況

回	開催年月日	会 場	検 討 内 容
1	平成 18 年 10 月 10 日 (火)	指導センター会議室	・ 平成 18 年度の実施計画 ・ 対象業種組合の意向 ・ 調査項目
2	平成 18 年 10 月 31 日 (火)	指導センター会議室	・ 平成 17 年度の調査報告評価 ・ 調査項目の内容 ・ 調査対象者の選出
3	平成 19 年 2 月 14 日 (水)	指導センター会議室	・ アンケート調査結果 調査の概要 各業種別の集計等
4	平成 19 年 3 月 27 日 (火)	指導センター会議室	・ 報告書案

平成18年度

生活衛生業の経営基盤支援事業 調査報告書
・ 麺類、料理、喫茶飲食、簡易宿泊業 ・

平成19年3月発行

発行者 /

財団法人東京都生活衛生営業指導センター

〒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

〒113 - 0022 東京都文京区千駄木3 - 48 - 5 - 403

03 - 5814 - 8108

印刷 /

(株)広友社

〒169 - 0073 東京都新宿区百人町1 - 22 - 3

03 - 3365 - 1935

禁無断再転載

07.03.600

古紙配合率100%再生紙を使用しています。