

平成 19 年度

生活衛生業の経営基盤支援事業調査報告書
・ 社交飲食業、興行、ホテル旅館、クリーニング ・

平成 20 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。

サブプライムローン問題の影響で世界経済及び日本経済の先行きが不透明な中、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年度から取り組んでいます。

本年度は、社交飲食業、興行、ホテル旅館業及びクリーニング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20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 藤野雅彦

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
1 社交飲食業生活衛生同業組合員	1 3
(1) 生活衛生同業組合への加入関係	1 3
(2) 営業向上の取り組み	1 7
(3) IT（情報技術）の対応	1 9
(4) 後継者問題	2 2
(5) 他業種との関係	2 3
(6) その他	2 5
(7) 組合の広報活動	2 6
(8) 生活衛生同業組合への要望（自由記述）	2 6
2 社交飲食業非組合員	2 7
(1) 生活衛生同業組合への加入関係	2 7
(2) 営業向上の取り組み	2 9
(3) IT（情報技術）の対応	3 2
(4) 後継者問題	3 4
(5) 他業種との関係	3 5
(6) その他	3 7
(7) 自由記述	3 7
3 興行生活衛生同業組合員	3 9
(1) 生活衛生同業組合への加入関係	3 9
(2) 営業向上の取り組み	4 3
(3) IT（情報技術）の対応	4 5
(4) 後継者問題	4 8
(5) 他業種との関係	4 9
(6) その他	5 1
(7) 組合の広報活動	5 1
(8) 生活衛生同業組合への要望（自由記述）	5 2
4 ホテル旅館生活衛生同業組合員	5 3
(1) 生活衛生同業組合への加入関係	5 3
(2) 営業向上の取り組み	5 7
(3) IT（情報技術）の対応	5 9
(4) 後継者問題	6 2
(5) 他業種との関係	6 3

(6) その他	6 5
(7) 組合の広報活動	6 5
(8) 生活衛生同業組合への要望（自由記述）	6 6
5 ホテル旅館非組合員	6 7
(1) 生活衛生同業組合への加入関係	6 7
(2) 営業向上の取り組み	7 0
(3) IT（情報技術）の対応	7 3
(4) 後継者問題	7 5
(5) 他業種との関係	7 6
(6) その他	7 8
(7) 自由記述	7 8
6 クリーニング生活衛生同業組合員	7 9
(1) 生活衛生同業組合への加入関係	7 9
(2) 営業向上の取り組み	8 4
(3) IT（情報技術）の対応	8 6
(4) 後継者問題	9 0
(5) 他業種との関係	9 1
(6) その他	9 2
(7) 組合の広報活動	9 3
(8) 生活衛生同業組合への要望（自由記述）	9 3
7 クリーニング非組合員	9 6
(1) 生活衛生同業組合への加入関係	9 6
(2) 営業向上の取り組み	9 9
(3) IT（情報技術）の対応	1 0 2
(4) 後継者問題	1 0 4
(5) 他業種との関係	1 0 5
(6) その他	1 0 7
(7) 自由記述	1 0 7
8 資 料	1 1 1
1 調査票	1 1 3
2 経営基盤支援事業検討委員会	1 2 4
(1) 経営基盤支援事業検討委員会の要綱	1 2 4
(2) 経営基盤支援事業検討委員会の委員名簿	1 2 6
(3) 経営基盤支援事業検討委員会の開催状況	1 2 6

裏面の空白ページ

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、社交飲食業、料理、飲食業、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、食鳥肉販売や冰雪販売などの販売業である。

平成19年度は、社交飲食業、興行、ホテル旅館、クリーニングを対象とした。

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て、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726人、非組合員1,457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：%)
社交飲食業	東京都社交飲食業生活衛生同業組合	・ 組合員 200通 ・ 非組合員 655通	・ 組合員 166通(83.0%) ・ 非組合員 39通(6.0%)
興行	東京都興行生活衛生同業組合	・ 組合員 126通 ・ 非組合員 0通	・ 組合員 77通(61.1%) ・ 非組合員 0通(%)
ホテル旅館	東京都ホテル旅館生活衛生同業組合	・ 組合員 200通 ・ 非組合員 402通	・ 組合員 123通(61.5%) ・ 非組合員 50通(12.4%)
クリーニング	東京都クリーニング生活衛生同業組合	・ 組合員 200通 ・ 非組合員 400通	・ 組合員 150通(75.0%) ・ 非組合員 83通(20.8%)

(2) 調査期間

平成19年11月～平成19年12月

(3) 有効回収数

全回収数は688通(回収率31.5%)。内訳は、社交飲食業205通(24.0%)、興行77通(61.1%)、ホテル旅館173通(28.7%)、クリーニング233通(38.8%)である。

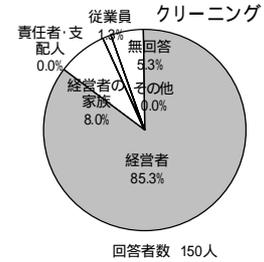
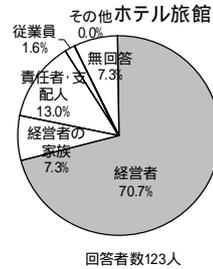
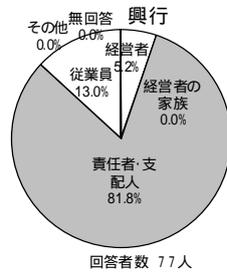
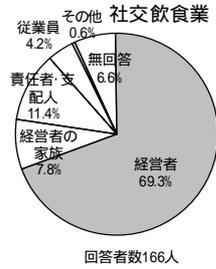
社交飲食業、興行、ホテル旅館、クリーニングの各生活衛生同業組合の組合員は何れも60%を超える高回収率であり、本調査への積極的な協力姿勢と同時に、経営基盤支援事業への関心の高さが伺える。

4 アンケート回答者の属性

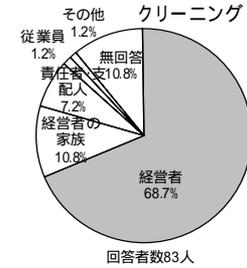
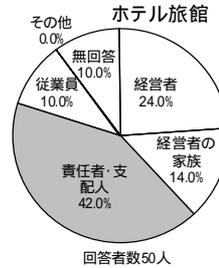
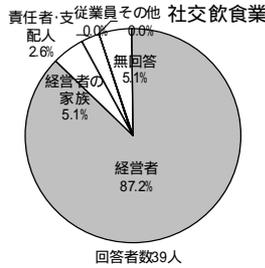
(1) 役職

回答者の役職について、組合員の場合は社交飲食業、ホテル旅館、クリーニング共に経営者自身が70%近くと高率である。興行は責任者・支配人による回答が82%である。非組合員の場合も経営者自身による回答が多いが、ホテル旅館では責任者・支配人の回答が42%、経営者が24%である。

組合員



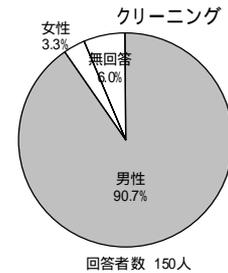
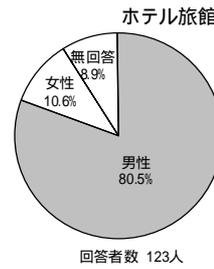
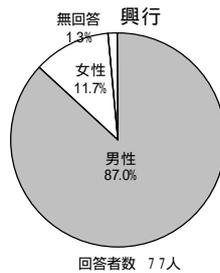
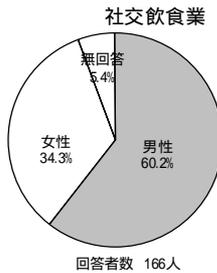
非組合員



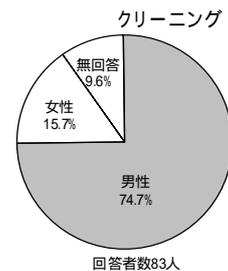
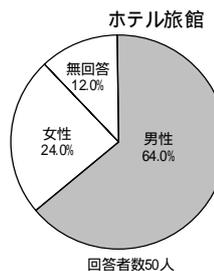
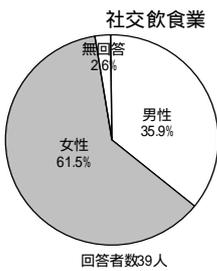
(2) 性別

回答者の性別は、組合員の場合、4業種共に男性による回答が多い。非組合員の場合も同傾向であるが、社交飲食業では女性の回答が多い。

組合員



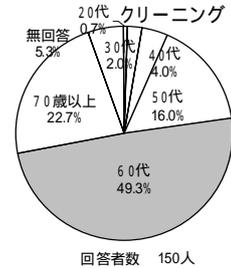
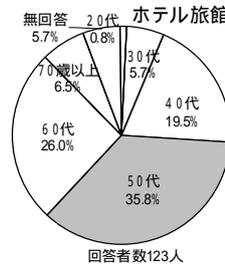
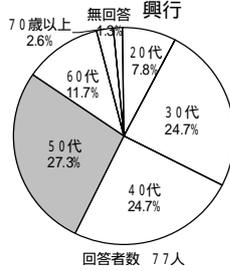
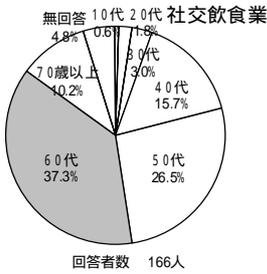
非組合員



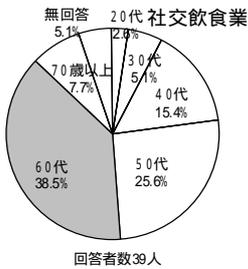
(3) 年代

組合員の場合は、社交飲食業、クリーニングが60代、興行、ホテル旅館では50代が多い。20代から40代の若年世代では興行の回答者（支配人・責任者）が57%、ホテル旅館と社交飲食業では、26%と21%であるが、クリーニングは7%と少なく高齢化が目立つ。非組合員の場合は、社交飲食業とクリーニングでは60代が多い。20代から40代の若年世代ではホテル旅館が52%、クリーニングが19%であり、非組合員の方が組合員よりも若手による経営が多い。

組合員

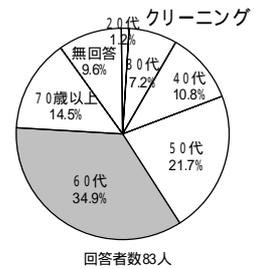
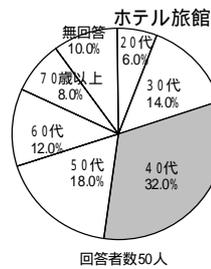


非組合員



興行

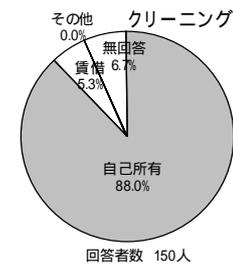
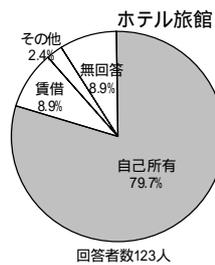
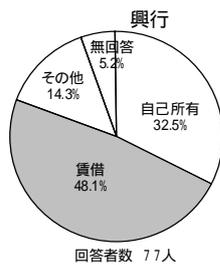
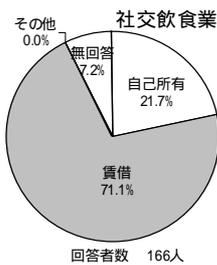
回答者数0人



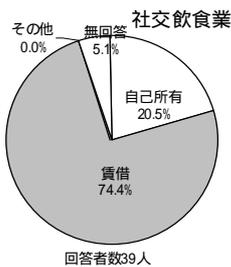
(4) お店の形態

組合員の場合は、ホテル旅館、クリーニングが自己所有で、80%から90%近くと高率であり、社交飲食業、興行は賃貸が多い。非組合員の場合も、同傾向であるが、ホテル旅館、クリーニングの自己所有比率は、56%、60%と組合員より低い。

組合員

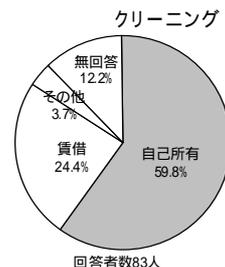
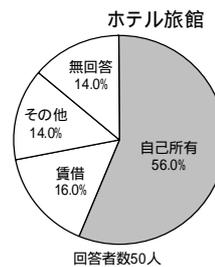


非組合員



興行

回答者数0人

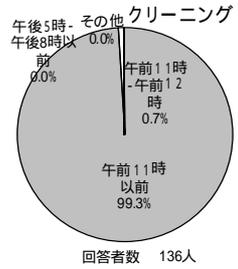
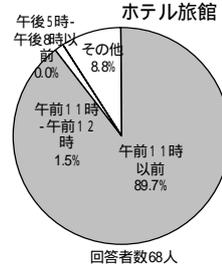
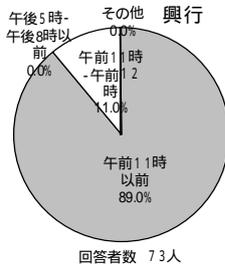
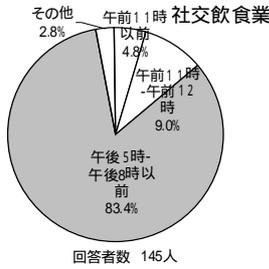


(5) 営業時間

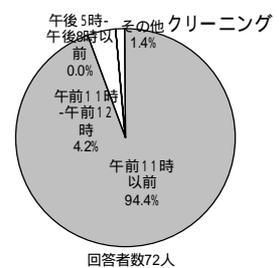
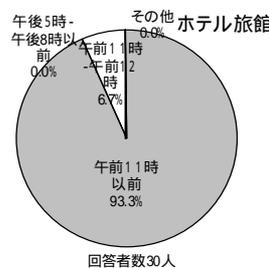
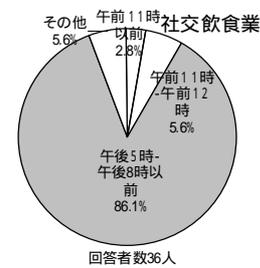
組合員の場合は、興行、ホテル旅館、クリーニングの開店時間は午前中からの開店が多い。社交飲食業では、午後5時以降とディナータイムに合わせた開店時間である。非組合員の場合も同様な傾向がある。閉店時間は、クリーニングは比較的早く、社交飲食業と興行では遅い。

開店時間

組合員

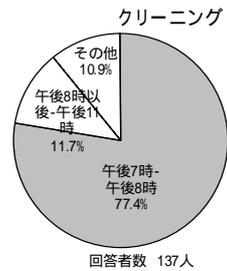
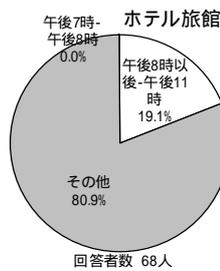
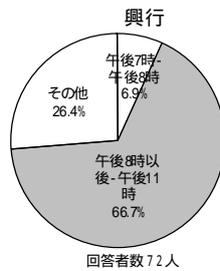
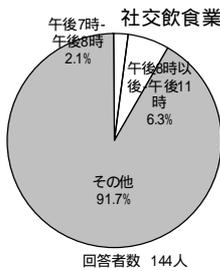


非組合員

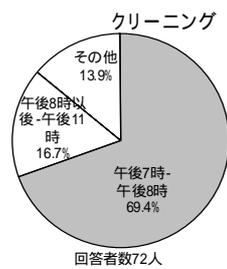
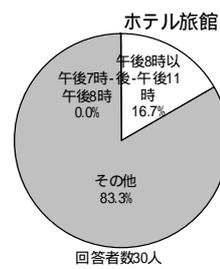
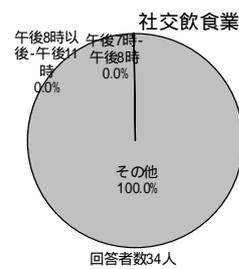


閉店時間

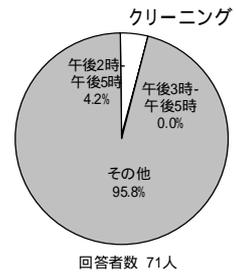
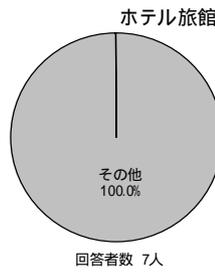
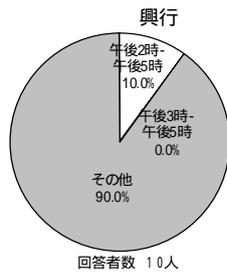
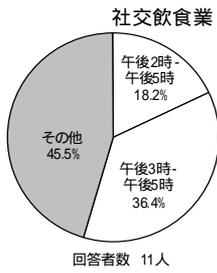
組合員



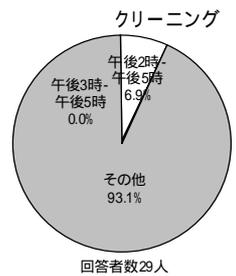
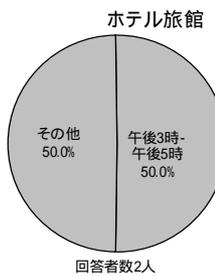
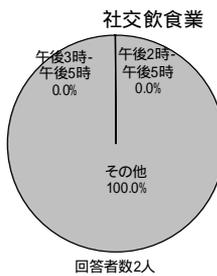
非組合員



休憩時間
組合員



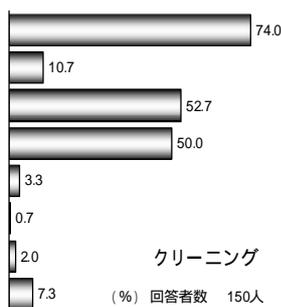
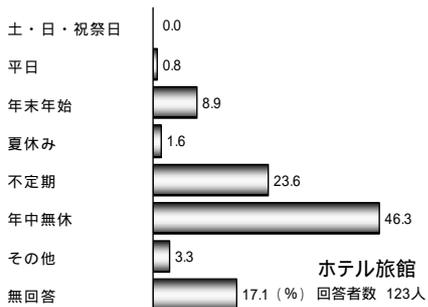
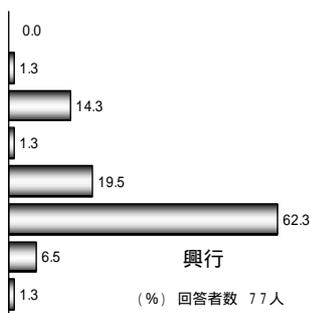
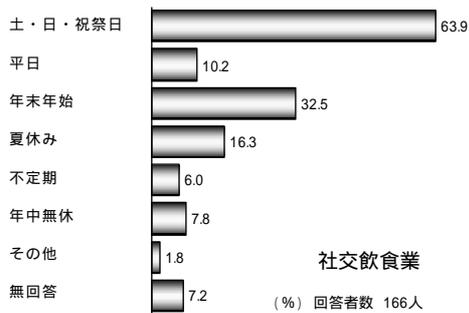
非組合員



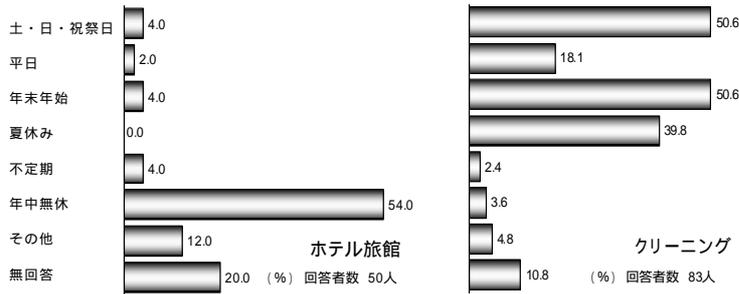
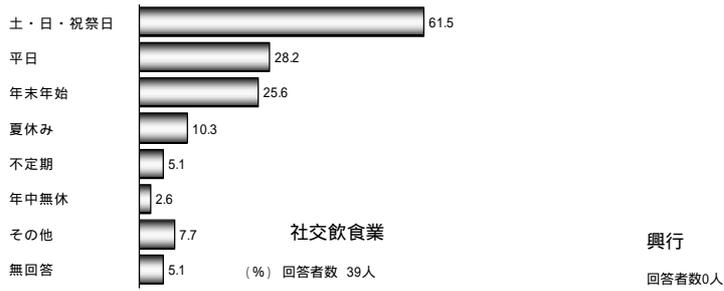
(6) 定休日【複数回答可】

組合員の場合、興行、ホテル旅館の多くは、年中無休である。社交飲食業とクリーニングは土・日・祝祭日を定休日としているところが多い。非組合員の場合も同様な傾向があるがクリーニングは年末年始も定休日としているところが多い。組合・非組合を問わず、社交飲食業は月曜日定休、クリーニングでは木曜日定休としている例が多い。

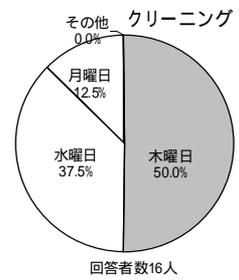
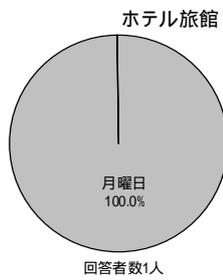
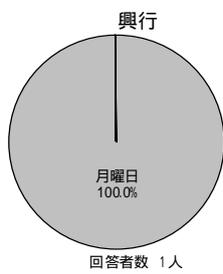
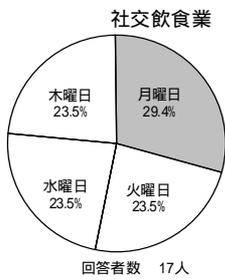
定休日
組合員



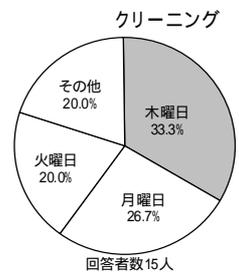
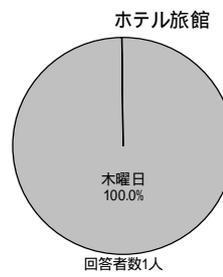
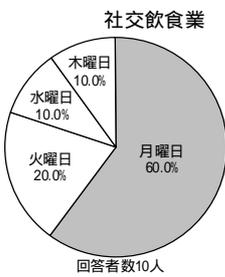
非組合員



平日が定休日 組合員



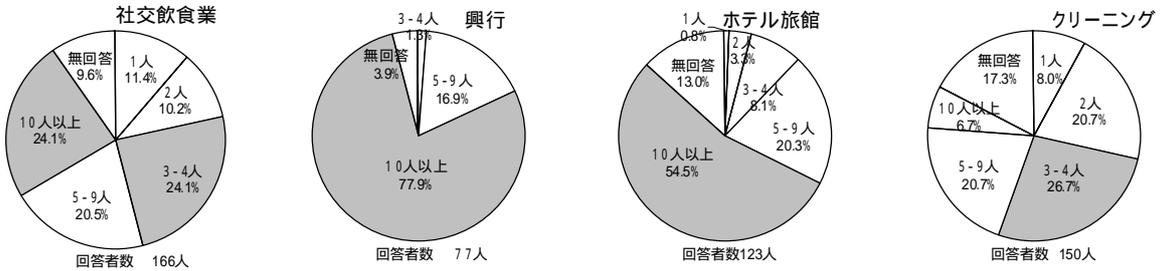
非組合員



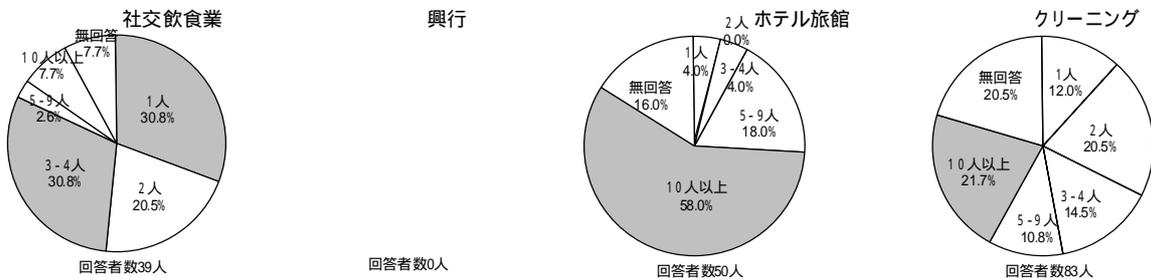
(7) 従業者数(パート、アルバイトを含む)

組合員の場合、クリーニングは4人以下が55%、社交飲食業は4人以下が45%と小規模経営であり、興行では10人以上が78%、ホテル旅館では10人以上が55%である。非組合員の場合も同様な傾向があるが、社交飲食業は4人以下の経営が82%以上とさらに小規模である。クリーニングでは、10人以上の営業が22%と組合員より大規模の経営形態である。

組合員



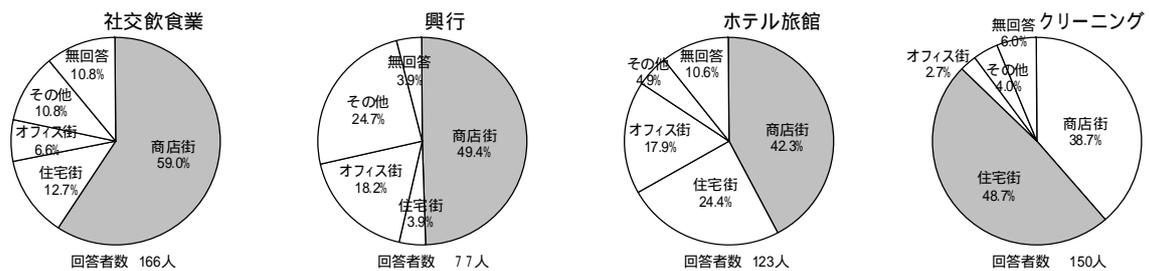
非組合員



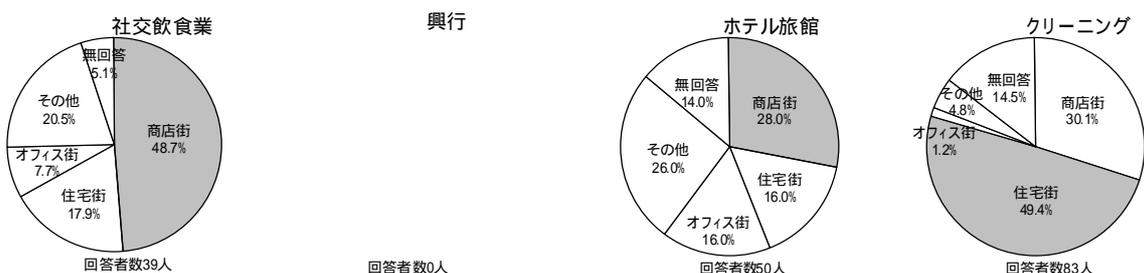
(8) お店の立地条件

組合員の場合、興行は商店街とオフィス街の繁華街、社交飲食業、ホテル旅館、クリーニングは商店街と住宅街の立地が顕著である。非組合員の場合も同様な傾向があるが、ホテル旅館では商店街28%、住宅街16%、オフィス街16%、その他が26%と立地に偏りが少ない。

組合員



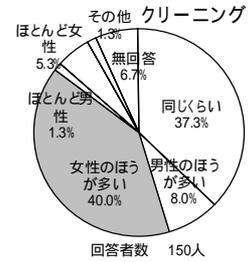
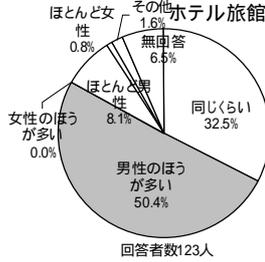
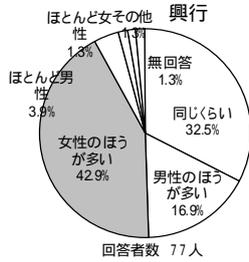
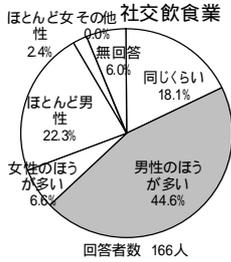
非組合員



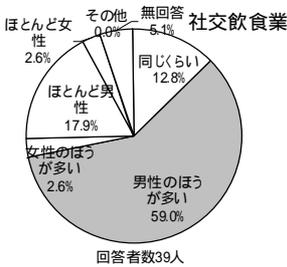
(9) お客様の男女比

組合員の場合、社交飲食業、ホテル旅館は「男性のほうが多い」が40%から50%で、クリーニングは「女性のほうが多い」が40%と、お客様の性別傾向が明確である。興行は「女性のほうが多い」が43%と男性の17%を超えている。非組合員の場合も同様な傾向があるが、飲食業の男性比率はさらに高い。

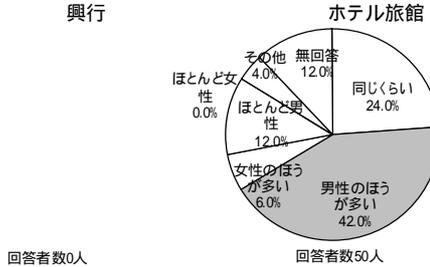
組合員



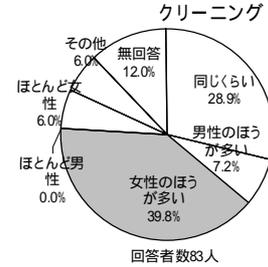
非組合員



興行



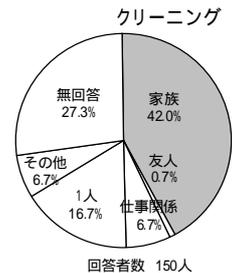
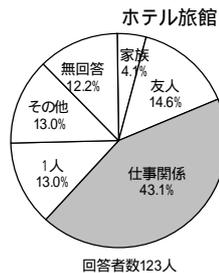
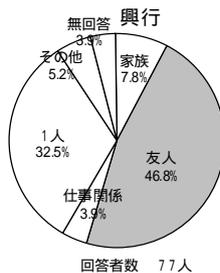
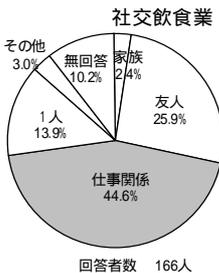
ホテル旅館



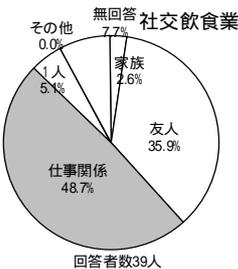
(10) お客様の組合せ

組合員の場合、社交飲食業、ホテル旅館は仕事関係が多く、興行では友人、または一人客が多い。クリーニングは家族が42%で最も多い。非組合員の場合も同様な傾向があるが、社交飲食業は友人との利用が組合員の場合より10%、クリーニングは1人客の利用が組合員の場合より10%程度多い。

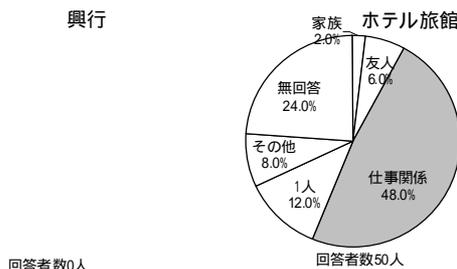
組合員



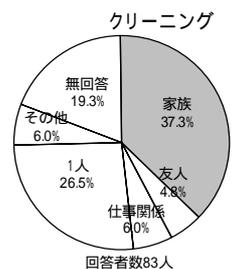
非組合員



興行



ホテル旅館



(11) お店の所在地

組合員

お店の所在地	回答者数				%			
	社交 飲食業	興行	ホテル 旅館	クリー ニング	社交 飲食業	興行	ホテル 旅館	クリー ニング
千代田区	2	10	4	3	1.2	13.0	3.3	2.0
中央区	17	6	6	2	10.2	7.8	4.9	1.3
港区	9	3	5	4	5.4	3.9	4.1	2.7
新宿区	19	13	10	5	11.4	16.9	8.1	3.3
文京区	0	0	10	5	0.0	0.0	8.1	3.3
台東区	12	5	40	4	7.2	6.5	32.5	2.7
墨田区	1	0	0	6	0.6	0.0	0.0	4.0
江東区	0	0	1	2	0.0	0.0	0.8	1.3
品川区	0	3	1	9	0.0	3.9	0.8	6.0
目黒区	0	0	1	0	0.0	0.0	0.8	0.0
大田区	3	1	5	10	1.8	1.3	4.1	6.7
世田谷区	2	1	0	9	1.2	1.3	0.0	6.0
渋谷区	5	17	4	6	3.0	22.1	3.3	4.0
中野区	3	0	0	9	1.8	0.0	0.0	6.0
杉並区	2	1	0	6	1.2	1.3	0.0	4.0
豊島区	28	5	4	7	16.9	6.5	3.3	4.7
北区	0	1	1	4	0.0	1.3	0.8	2.7
荒川区	1	0	0	6	0.6	0.0	0.0	4.0
板橋区	15	0	0	1	9.0	0.0	0.0	0.7
練馬区	8	1	0	9	4.8	1.3	0.0	6.0
足立区	0	0	2	6	0.0	0.0	1.6	4.0
葛飾区	12	0	0	5	7.2	0.0	0.0	3.3
江戸川区	12	1	3	4	7.2	1.3	2.4	2.7
多摩東部エリア(*1)	2	3	4	14	1.2	3.9	3.3	9.3
多摩中央部北エリア(*2)	3	2	5	1	1.8	2.6	4.1	0.7
多摩中央部南エリア(*3)	1	4	3	4	0.6	5.2	2.4	2.7
多摩西部エリア(*4)	1	0	1	1	0.6	0.0	0.8	0.7
無回答	8	0	13	8	4.8	0.0	10.6	5.3

* 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	回答者数				%			
	社交 飲食業	興行	ホテル 旅館	クリー ニング	社交 飲食業	興行	ホテル 旅館	クリー ニング
千代田区	3	0	4	0	7.7	0.0	8.0	0.0
中央区	3	0	1	2	7.7	0.0	2.0	2.4
港区	2	0	5	0	5.1	0.0	10.0	0.0
新宿区	4	0	3	3	10.3	0.0	6.0	3.6
文京区	0	0	1	0	0.0	0.0	2.0	0.0
台東区	0	0	1	0	0.0	0.0	2.0	0.0
墨田区	0	0	1	1	0.0	0.0	2.0	1.2
江東区	2	0	2	2	5.1	0.0	4.0	2.4
品川区	1	0	0	3	2.6	0.0	0.0	3.6
目黒区	0	0	0	2	0.0	0.0	0.0	2.4
大田区	2	0	2	3	5.1	0.0	4.0	3.6
世田谷区	1	0	0	3	2.6	0.0	0.0	3.6
渋谷区	2	0	2	2	5.1	0.0	4.0	2.4
中野区	1	0	0	1	2.6	0.0	0.0	1.2
杉並区	2	0	1	3	5.1	0.0	2.0	3.6
豊島区	0	0	3	1	0.0	0.0	6.0	1.2
北区	0	0	1	4	0.0	0.0	2.0	4.8
荒川区	0	0	2	2	0.0	0.0	4.0	2.4
板橋区	0	0	0	3	0.0	0.0	0.0	3.6
練馬区	1	0	0	0	2.6	0.0	0.0	0.0
足立区	1	0	2	6	2.6	0.0	4.0	7.2
葛飾区	0	0	3	8	0.0	0.0	6.0	9.6
江戸川区	1	0	0	4	2.6	0.0	0.0	4.8
多摩東部エリア(*1)	8	0	1	7	20.5	0.0	2.0	8.4
多摩中央部北エリア(*2)	1	0	2	2	2.6	0.0	4.0	2.4
多摩中央部南エリア(*3)	4	0	4	13	10.3	0.0	8.0	15.7
多摩西部エリア(*4)	0	0	3	0	0.0	0.0	6.0	0.0
無回答	0	0	6	8	0.0	0.0	12.0	9.6

* 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 社交飲食業生活衛生同業組合員

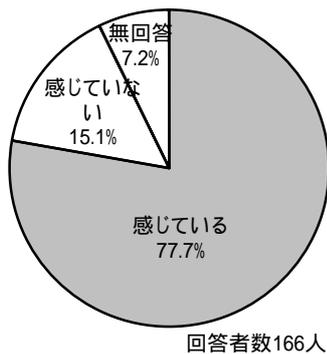
(1) 生活衛生同業組合への加入関係

- 1) 組合への加入に「メリットを感じている」組合員は78%であり、その理由は「JASRACの音楽使用料割引や免除」が最も多く73%で、以下「有利な融資」「様々な情報源」「各種研修会に参加」が上位である。
- 2) 組合員の減少理由は、「経営がきびしい」が60%で最も多く、以下「加入のメリットが少ない」「加入メリットの情報がない」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59%、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」「研修会や講演会の開催」が続く。

<課題>

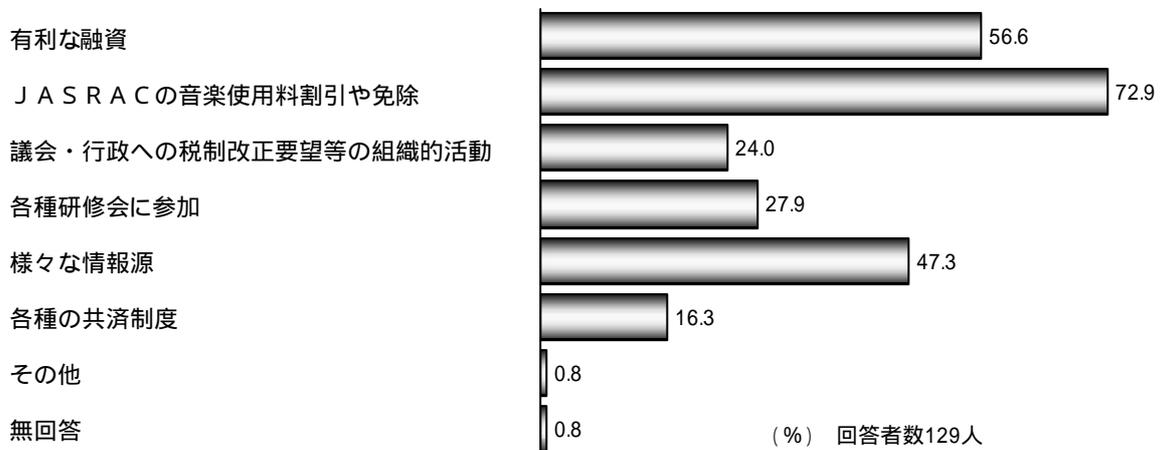
組合員を増加させるためには個人消費の伸びへの期待が大きいですが、後継者対策と加入メリットの打ち出しや活動内容を伝えることは組合として取り組むべき優先課題である。組合員のニーズを先取りした行事や各種研修会の実施、融資・共済制度の充実などによる組合の存在感をアピールすることがポイントと考えられる。

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
(クレジットカードの手数料)

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。

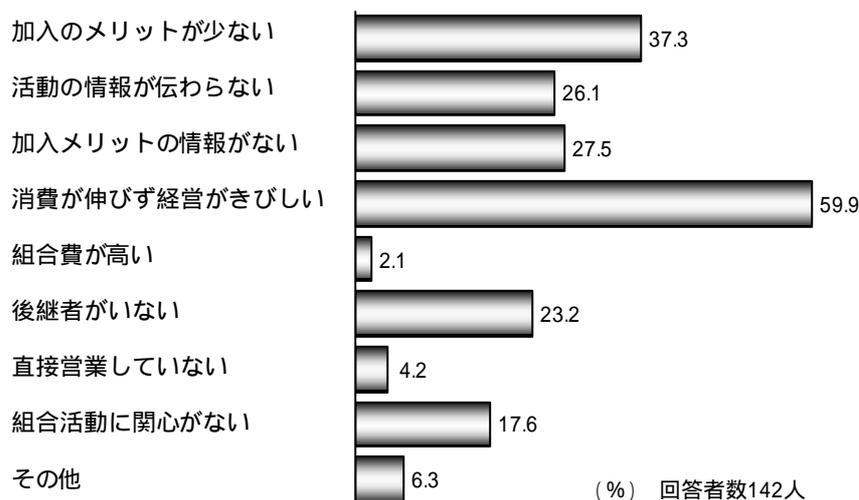
- ・業界の情報、色々な情報や同業他社の種々の対策が得られる。
- ・コミュニケーション
- ・地域活性化
- ・無担保無保証で融資ができて、経営上心配がない。
- ・同業者同士の情報交換及び各種イベントによるストレス解消
- ・参加機関での料金等の割引
- ・国民金融公庫の融資(借りやすい)
- ・諸団体会合、研修公演等の情報が得られる。各種の共済保険は組合に対して有利である。

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。

- ・経営上の情報発信をより多く願います。
- ・売上向上になる具体的なアドバイス
- ・費用削減効果、売上向上に資する情報取得
- ・団体保険等のメリット
- ・経費削減、協同仕入
- ・何も感じていない。
- ・情報が全然わからない。
- ・メリットが少ない。
- ・今まで目に見える恩恵を受けたことがない。
- ・組織的活動をしても非組合員も同じ扱いを受ける。

問2 組合員数が全般的に減少傾向にあります。その原因はどこにあるとお考えですか。

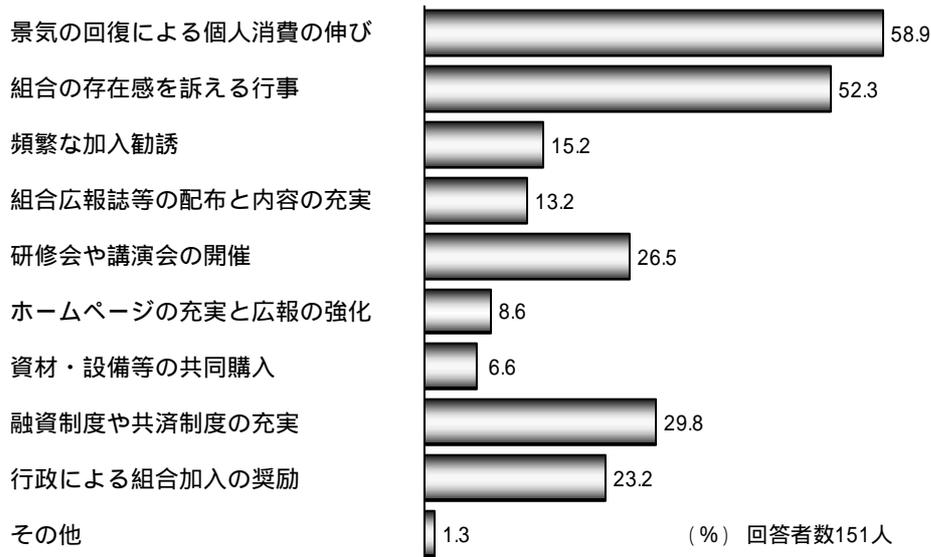
【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(経営が組織から個の時代となっている。奉仕精神が足りない。新規出店経営者に同業者意識が低くかつ友人関係の情報が少ない。飲食業をやれば必ず加入しなければならない位の意識の高さが欲しい。もっと良い点をPRしても良いのでは。関心はあるが横の連絡がない。脱会しても行政から同じ扱いで影響がない。チェーン店が多くなった。組合新聞は組合の旅行だけで、いつも同じ内容。経営最前線で働いており、外部へ加入を勧めることができない。)

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

(行政による非組合員との差、営業許可書の書き換え年数に差をつける。広報誌は会員だけで音楽使用料の割引等は知らない。)

問2-問3のクロス集計

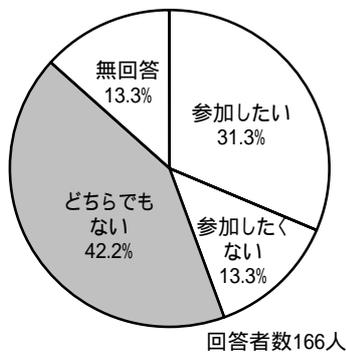
- 1)「組合員が減っている原因」の回答と、「組合員を増やすにはどのような方策があるのか」の回答とをクロス集計した。
- 2) 組合員の減少原因を「経営がきびしい」との回答者は、「景気の回復」が75%を超え、「組合の存在感を訴える行事」も50%近くがあげている。
- 3)「加入のメリットが少ない」としている回答者は、増加策として「組合の存在感を訴える行事」がトップで、「景気の回復」「研修会や講演会の開催」が続いている。
- 4) 同じく「加入メリットの情報がない」との回答者は、「組合の存在感を訴える行事」が61%、次いで「景気の回復」をあげている。
- 5)「活動の情報が伝わらない」との回答者は、「組合の存在感を訴える行事」がトップで、「景気の回復」「融資制度や共済制度の充実」をあげている。

<課題>

組合と組合員が「組合加入のメリットは何か？」を真摯に議論する場が必要である。加入メリットと共に業界の問題を正しく伝え、役立つ経営情報の発信や問題解決の糸口など、組合の存在感を打ち出す行事が課題でもある。

		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	業務に必要な資材・設備等の共同購入	融資制度や共済制度の充実	行政による組合加入の奨励	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	53	54.7	58.5	7.5	13.2	35.8	7.5	11.3	34.0	34.0	3.8
	活動の情報が伝わらない	37	45.9	70.3	13.5	21.6	27.0	18.9	10.8	43.2	27.0	0.0
	加入メリットの情報が無い	39	48.7	61.5	17.9	33.3	28.2	15.4	15.4	38.5	33.3	5.1
	経営がきびしい	85	75.3	49.4	17.6	14.1	27.1	8.2	4.7	27.1	22.4	0.0
	組合費が高い	3	33.3	66.7	0.0	0.0	66.7	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0
	後継者がいない	33	81.8	63.6	21.2	9.1	27.3	12.1	15.2	33.3	39.4	3.0
	直接営業していない	6	66.7	83.3	0.0	16.7	50.0	16.7	16.7	33.3	83.3	0.0
	組合活動に関心がない	25	52.0	64.0	12.0	20.0	36.0	8.0	8.0	28.0	32.0	4.0
	その他	9	44.4	77.8	22.2	55.6	44.4	11.1	22.2	44.4	44.4	11.1

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。



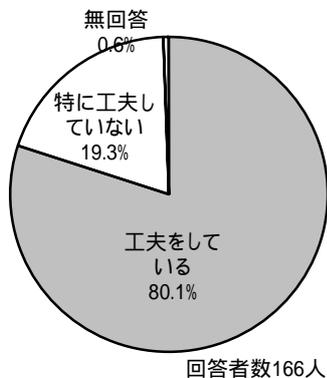
(2) 営業向上の取り組み

- 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41%、以下「スタッフの確保や教育・研修」「店を改装」「インターネットで割引券を発行」「時間帯を限ったサービスの提供」が上位である。
- 2) 他のお店を参考にしたいものは「お店の雰囲気」が46%と最も多く、「サービス」は38%となっている。
- 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46%と最も多いが、「自分自身で実地調査」も38%でそれに続いている。

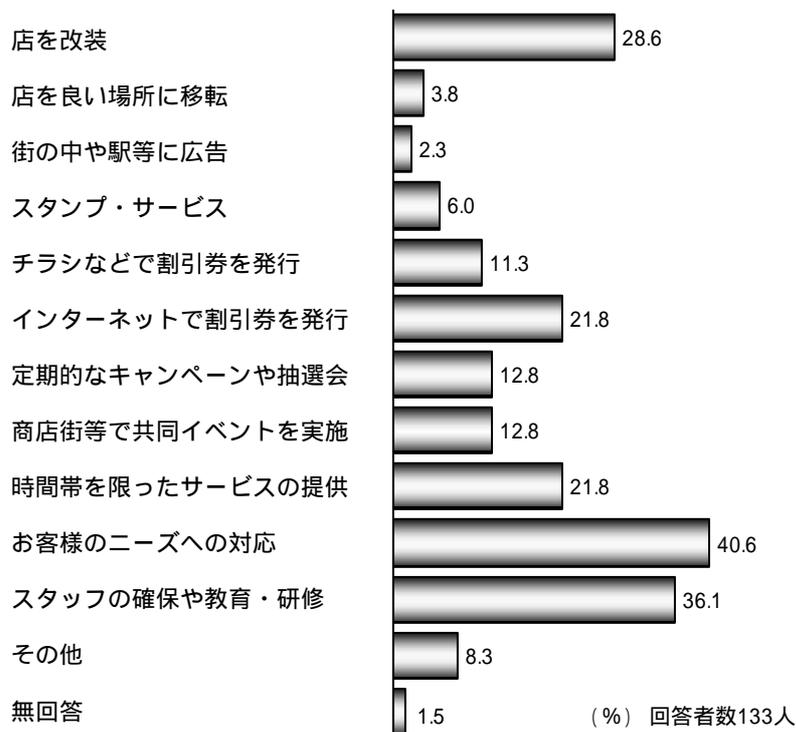
<課題>

営業向上のためには、お店の雰囲気への関心が高いが、サービスの向上、メニューや価格についても、お客様の満足の行くレベルを達成することが課題と考えられる。

問5 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。



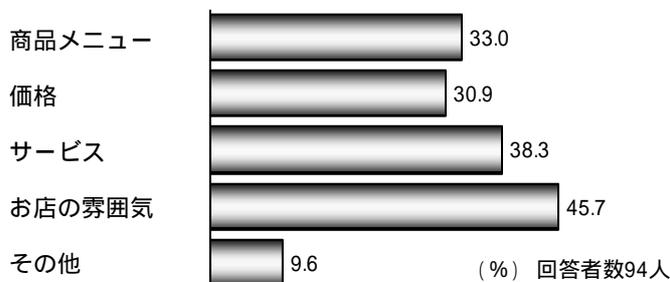
「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(店舗清掃にも気を配り、お店で出すお料理も吟味の上心のコモったサービスを心がけている。料金システムをはっきりとした看板を出した。お客様の誕生日プレゼント。年に5,6回イベントをやっているが年12~24回が目標。時代の動向の調査。お客様とコミュニケーションをとる。会社への営業訪問。ゴルフ大会開催。案内状、手紙等々な感謝のサービスを開始。常に安定した一定のサービス提供。価格で対応。メールで挨拶文を出している。料理は特色のある手作り。タウン誌に広告)

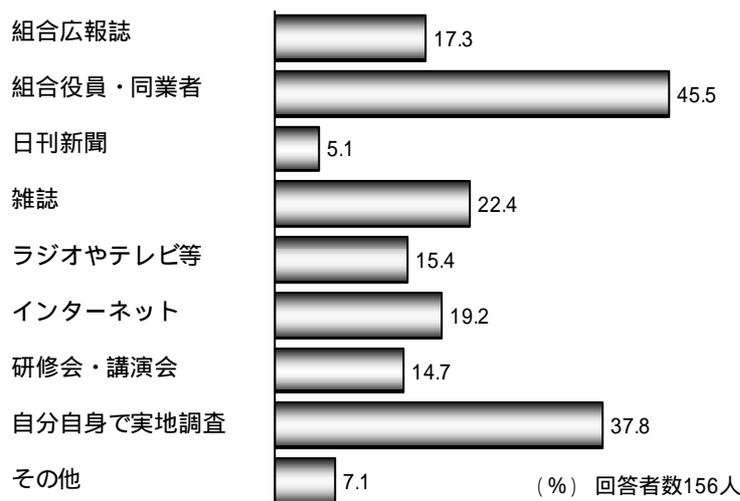
問6 他のお店の商品メニューやサービスなどで、今後参考にしたいものがありますか。



「各項目」の主な内容

- (1) 商品メニュー (骨付き生ハムを業者から仕入れる。種類を多くする。流行を取り入れる英語メニュー提供)
- (2) 価格 (全般的に客単価が低い。利益率を検討。安すぎず、高すぎないもの)
- (3) サービス (スタッフのマナー向上教育。笑顔)
- (4) お店の雰囲気 (話題性のある店にする。店内を明るく清潔にする。清潔感。高級感。接客)
- (5) その他 (自分の店にしかないメニューの開発。良い従業員、特に女性の確保。飲み放題放題サービス。従業員の指導)

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

(税理士からの情報。お客様、従業員からのヒント。独自で工夫。他店からのアドバイス。お客様とのコミュニケーション)

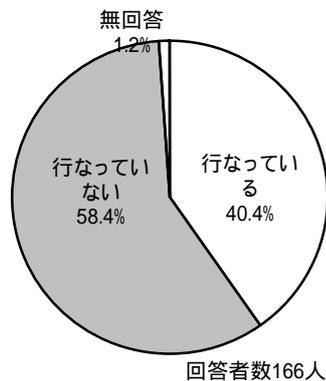
(3) IT (情報技術) の対応

- 1) ITへの対応を「行なっている」は40%、「行なっていない」は58%である。
- 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69%で、次いで「顧客管理」、「パソコンで経理や経営分析」、「電子メールによりお客様のパソコンや携帯電話にPR」が上位である。
- 3) ITの効果として感じているのは、「情報が得やすくなった」が58%で「経営・事務処理が効率的にできる」、「情報交換やコミュニケーションが楽」が30%近くある。
- 4) IT化を更に進めるのに障害となっているのは、「パソコンを研修する機会がない」が22%と最も多く、「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」がそれに次ぎ、無回答も36%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54%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57%、パソコン出張サポートは「知らない」が46%と「知っている」27%を大きく上回る。これら事業の実施は「組合の広報誌・チラシ」、「組合役員・同業者」より情報を得ている。

<課題>

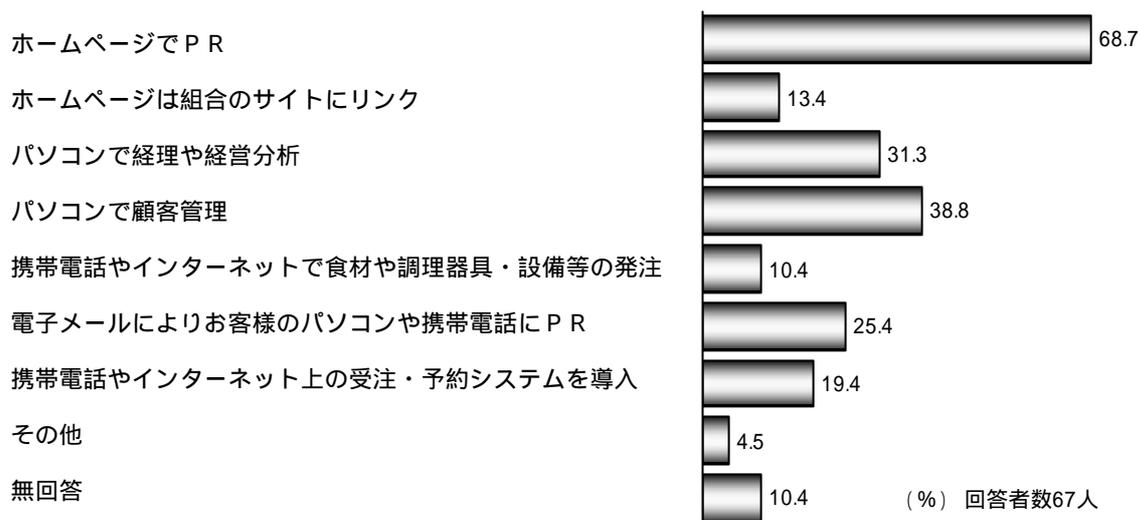
ITの活用は、まだ十分とはいえず、更なる推進が必要である。また、その導入コストや手間、効果を検討する際に、同業者や組合への相談が有効と考えられる。

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。

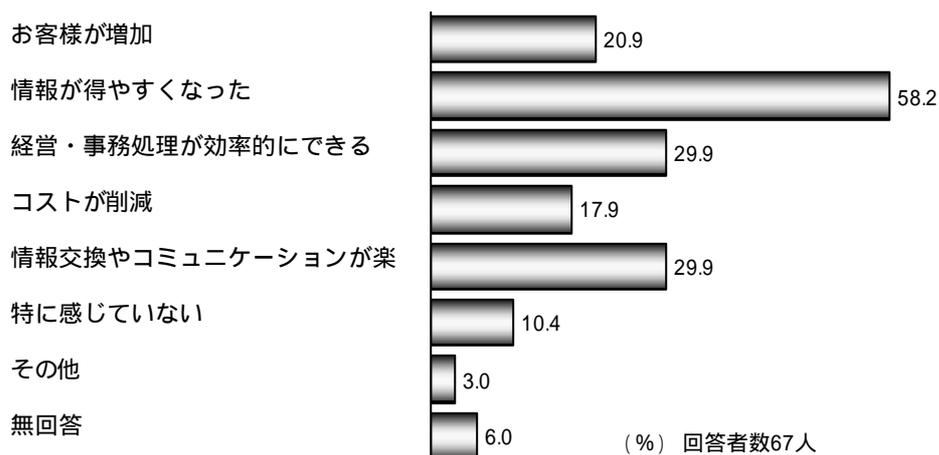


問8 - 1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

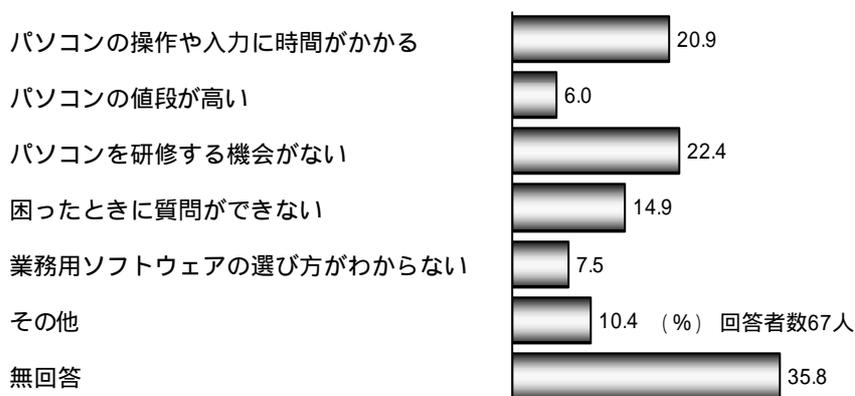
ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。



イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。



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。

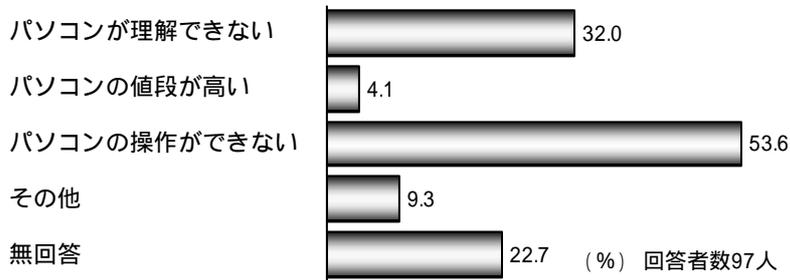


*「その他」の主な内容

(コストと売上が比例しないので現在で限界。ネズミ被害でケーブル断線。ホームページのコンテンツ作りに時間がかかる。)

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。

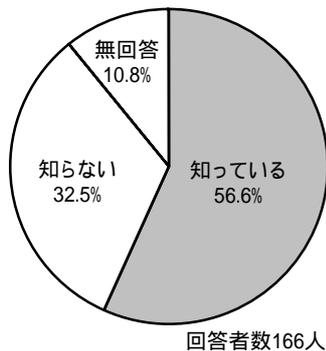


*「その他」の内容

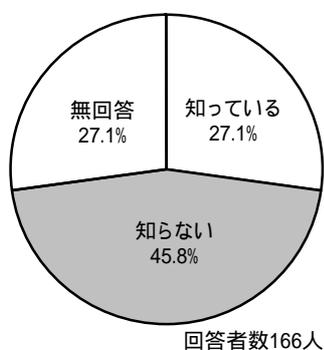
(IT化は興味なし。面倒である。税理士に委託。毎月の接続料が高い。インターネットの接続料が高い。)

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、また無料のパソコン出張サポートを行っていますが、ご存知でしょうか。

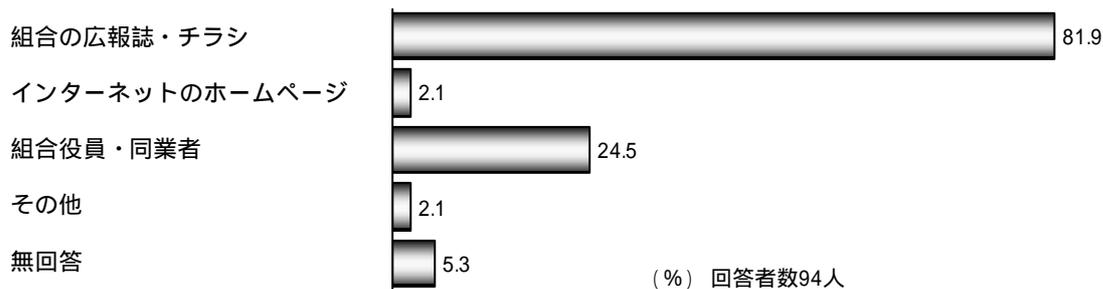
ア パソコン研修会



イ パソコン出張サポート



「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】



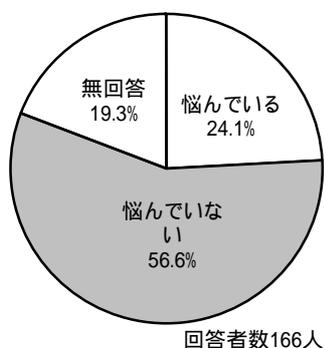
(4) 後継者問題

- 1) 後継者問題で「悩んでいる」が24%、「悩んでいない」が57%である。
- 2) 悩んでいる理由は、「子供は、あとを継がない」が35%、「子供以外の後継者もない」33%、「子供は既に別の仕事」28%などである。
- 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」が62%であり、「子供以外の適当な後継者がいる」は10%である。

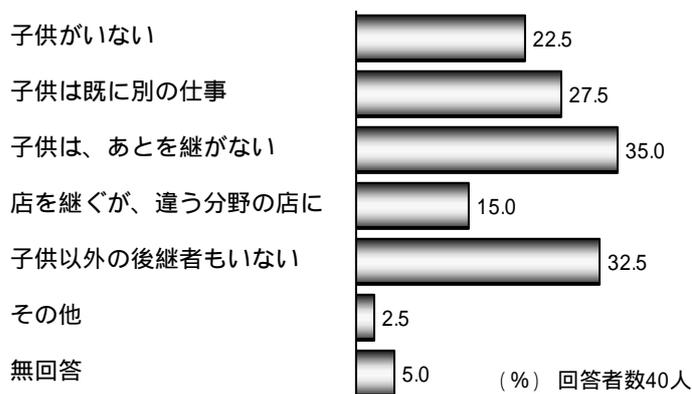
<課題>

後継者問題の背景を分析することが課題である。経営者が変わることで、お店が再生できるのであれば、組合主導の仲介も検討すべきと考えられる。

問10 経営形態が、個人経営の方にお伺いします。後継者の問題で悩んでいますか。

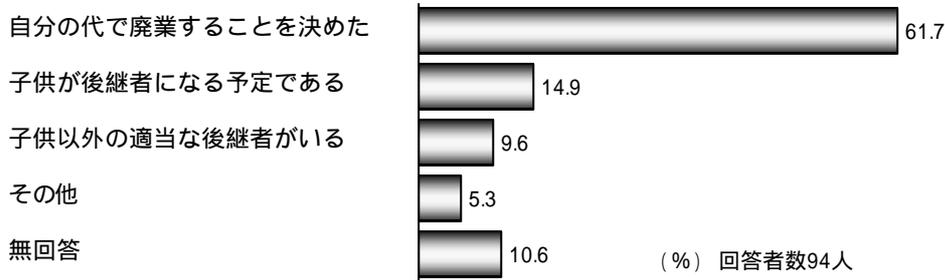


問10 - 1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(人材がいない。)

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
(子供以外に適当な後継者を選出したい。まだ若い。悩んだ末に廃業を決心した。まだ開店して5年なので。)

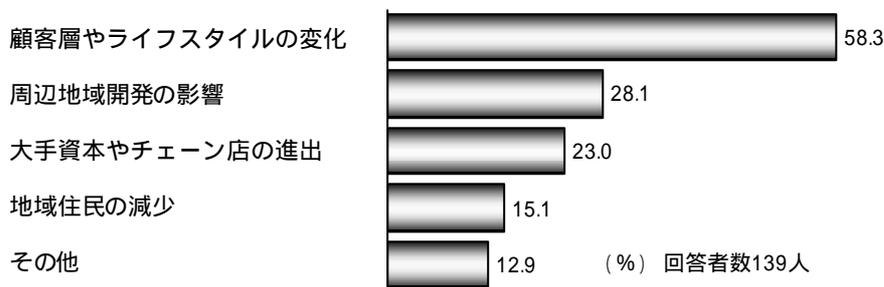
(5) 他業種との関係

- 1) 経営状態が厳しくなった環境変化の原因は「顧客層やライフスタイルの変化」が58%で最も多く、「周辺地域開発の影響」がそれに続いている。
- 2) 他業種との連携を「検討していない」は66%と「検討している」22%を大きく上回る。
- 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84%で、生衛業以外やサービス業との連携には慎重である。

< 課題 >

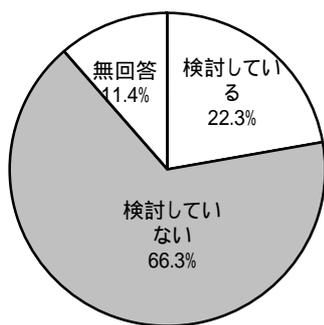
顧客層やライフスタイルの変化を先取りする生き残り戦略が課題と考えられる。社交飲食業同士や他の飲食業との協働・協業事業もスケールメリット効果が期待できる場合もある。

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。



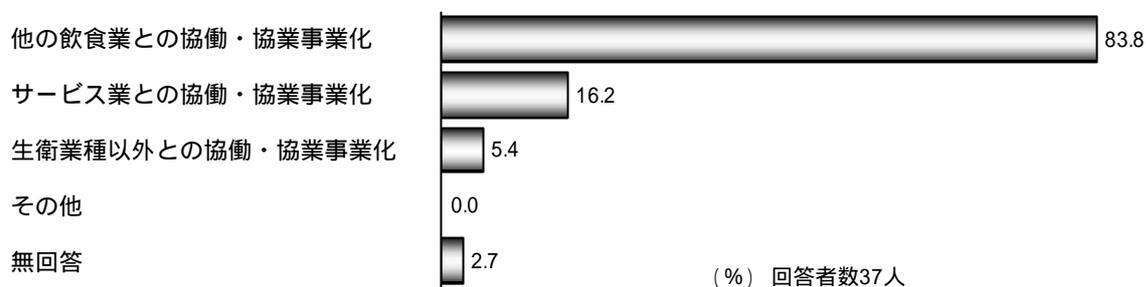
*「その他」の主な内容
(当局の取り締まりが甘い。長年の営業。営業時間短縮のため。接待費の減少。将来の社会不安が消費指向を減少させる。客の高齢化。当方は、わがままな営業をしている。人口は増えてもワンルームマンションが多くなったため、消費にはつながらない。景気は上向きになったがサラリーマンの所得が増えていない。中小企業までは景気は良くない。)

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。

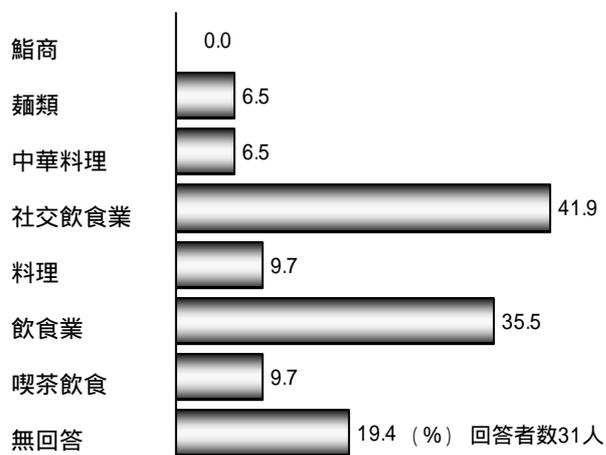


回答者数166人

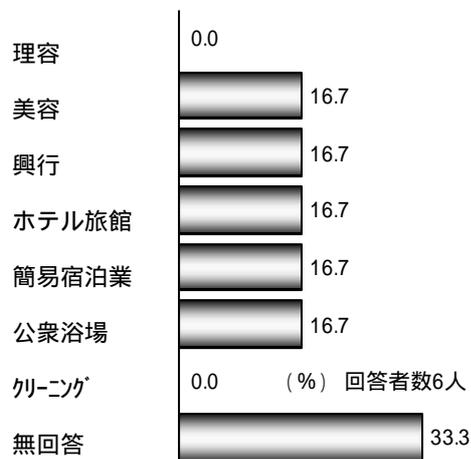
「検討している」をお選びの方へ 【複数回答可】



問 12-1 他の飲食業との協働・協業化



問 12-2 サービス業との協働・協業化



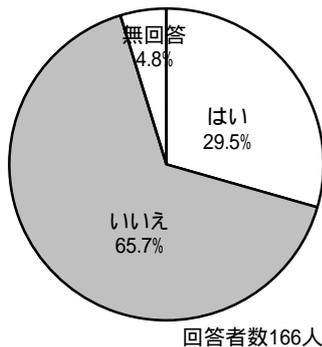
(6) その他

1) 繁華街での環境問題で「経営への悪影響を感じる」が30%、「感じない」が66%である。

<課題>

環境問題による経営への悪影響の解消は、行政や地域コミュニティと協調しながら引き続き取り組むべき課題である。

問 13 いわゆる「迷惑防止条例」の改正後、繁華街での環境浄化が進んできていますが、現在営業上の環境問題で、経営への悪影響を感じることがありますか。



「はい」をお選びの方へ、どのような問題が発生していますか。

- ・客引きができないことになっているので、当店ではやっていないが、他店ではやっているので、お客を取られている感じがする。
- ・他店の客引き、タイムサービスの誇張、誇大宣伝、値下げ競争、風俗店の増加
- ・風俗店のチラシを持った女性が多くて困る。
- ・玄関前で客の出てくるのを待ち伏せしている。
- ・社交業以外の客引きが増えている。
- ・カラス族、呼び込み、売春等が増えている。
- ・キャバクラの客引きや外国人が道をふさいでおり、この道は通りたくないと言われる。
- ・客引きは減少していない。
- ・ビルの入口に黒服ホストクラブの従業員が数人立って感じが悪い。
- ・環境浄化は優良店舗に何のメリットもなく、前にもまして悪化の一途です。
- ・風俗営業店の客引きが道路、交差点、街角で多く立ち並ぶ。
- ・環境浄化は進んでいない、中途半端である。
- ・浄化賛成だが、少なからず絶対数のお客様が街から減った。連鎖的に一般のお客様も減少した。
- ・取り締まりが中途半端。正直者が馬鹿を見る。
- ・罰則強化に再度改正を要する。
- ・繁華街での社交飲食について営業時間は規制するべきではない。
- ・営業時間取り締まりの強化
- ・営業時間の短縮
- ・時間外営業の取り締まりが厳しい。
- ・ホストクラブの営業時間が乱れている。
- ・外国人が多い。
- ・外装等の問題
- ・ポーター等のタバコのポイ捨て、歩きタバコの禁止を経営者が指導して欲しい。
- ・世界に誇れる安全な街として23区全部が歩きタバコ禁止条例を作って欲しい。

- ・新規の客が来にくくなっているため、新人従業員が稼げない。よって続かない。
- ・街に出てくるお客様の絶対数の減少

(7) 組合の広報活動

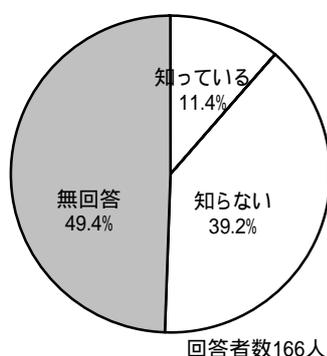
1) 組合ホームページのお客様向けサイトは、「知っている」が11%、「知らない」が39%である。

<課題>

組合ホームページの周知効果が小さい。お客様向けの広報活動の成果が不明瞭であることが課題である。組合員からの組合への要望を踏まえて、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。

問 14 組合ホームページのお客様向けのサイト「東京ナイトスポットガイド：

<http://www.tokyo-syakoh.or.jp/>」をご存じですか。



(8) 生活衛生同業組合への要望（自由記述）

- ・全国大会に参加しても今一つ組合として何をしたいのかわからない。全国大会会報誌の名簿の名前も個人名で記載されており迷惑であり、店舗名にする様に願います。店舗名がないと何をしているところかわからない。東京都を代表する組合の自覚を持って欲しい。
- ・行政に対し「良貨が悪貨を駆逐する」ような事を街と一緒にやって欲しい。
- ・組合活性化のため非組合員を徹底的になくす。そのために行政(保健所、警察等)の指導強化、罰則を作るべきである。営業者の資格等全てに甘すぎる。
- ・業界新聞が多すぎる、生活衛生等色々な情報はありがたいが、一組合員としてあまりピンとこないものも多いので、もう少し考えて欲しい。
- ・講演会や講習会に参加したいが、時間的に折り合わない。
- ・今はパソコンやインターネットの時代なので、パソコンの研修会が近くで開催されるのなら出席したい。
- ・顧客管理など現場で役立つ研修会を行って欲しい。引き続きワード、エクセルの講習会を行って欲しい。
- ・東京ナイトスポットの更新時は？一部だけのガイドでは、全体的に役に立たないのでは。
- ・従業員、経営者の為に観劇、音楽会等の娯楽の招待券や割引券の配布を望む。営業に必要な材料を企業側に割安でまとめて仕入れて経営店に協力を望む。
- ・この調査結果を知りたい。

2 社交飲食業非組合員

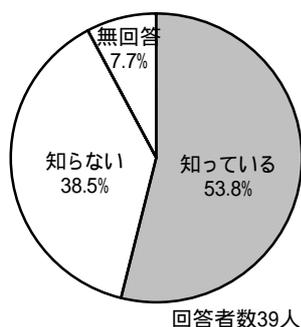
(1) 生活衛生同業組合への加入関係

- 1) 組合自体の存在については「知っている」が54%、その活動内容を「知らない」が54%である。
- 2) 知っている活動内容は、「融資制度」が最も多く69%、「JASRACの音楽使用料割引や免除」「経営に関する情報提供」「各種研修会の開催」が上位となっている。
- 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54%、「加入メリットの情報がない」が50%、次いで「経営がきびしい」が35%である。
- 4) 組合加入の条件は、「景気の回復」が最も多く、「融資制度や共済制度の充実」「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。
- 5) 組合ホームページについては、「知っている」は皆無、「知らない」との回答が90%と周知不足である。

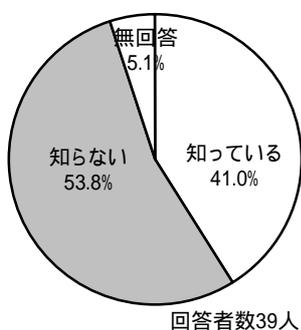
< 課題 >

非組合員の勧誘のために、組合活動の周知と理解を深めることが必要である。特に、融資・共済制度などのメリットや研修会や講演会の開催を通じて組合の存在感をアピールすることが課題と考えられる。

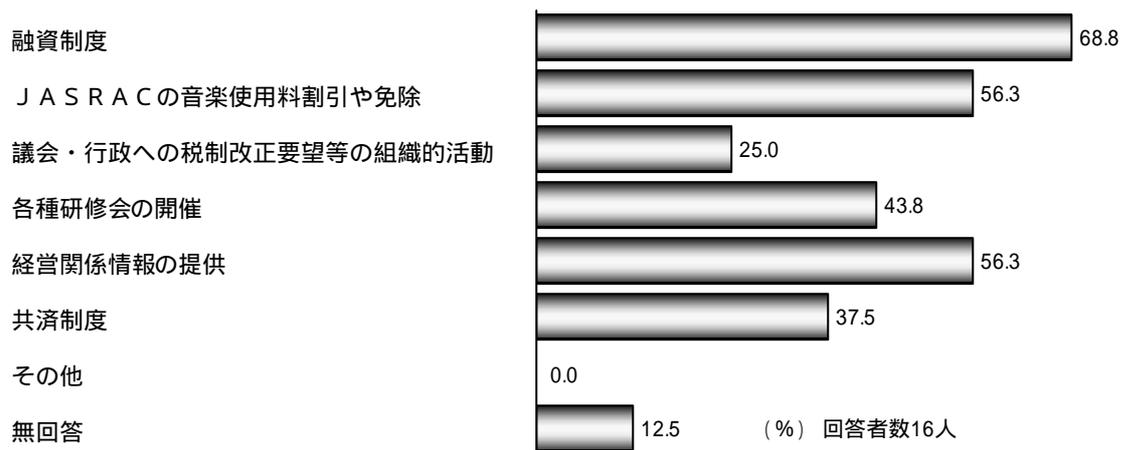
問1 飲食業やサービス業の事業者で組織する生活衛生同業組合がありますが、ご存じでしょうか。
(社交飲食業では、東京都社交飲食業生活衛生同業組合)



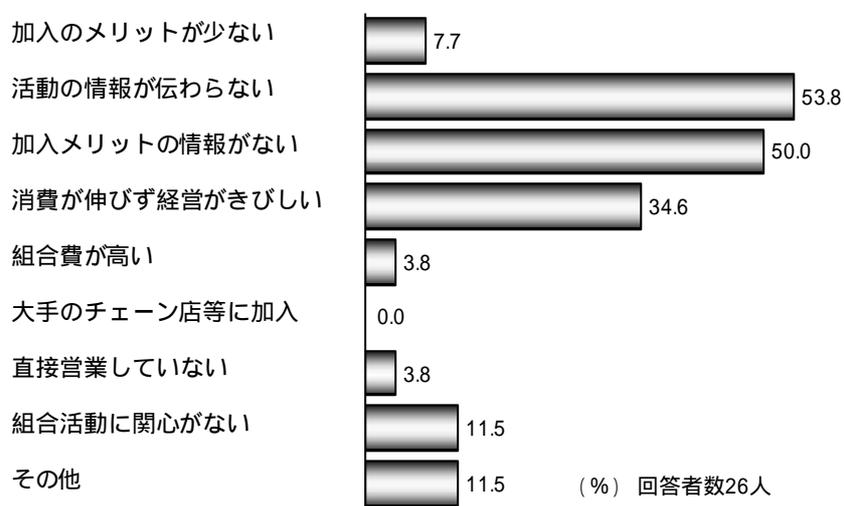
問2 生活衛生同業組合では、組合員のために様々な活動を行なっていることをご存じでしょうか。



「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】

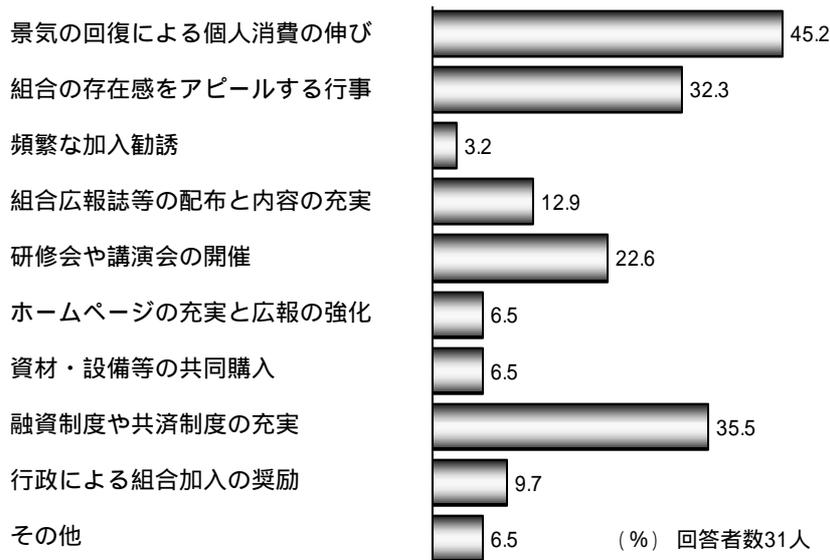


問3 同業組合へご加入されていない理由がございましたら、ご回答をお願いします。【複数回答可】

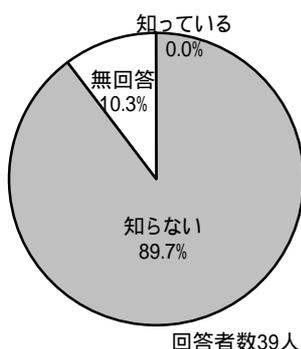


*「その他」の主な内容
(紹介がない。知らなかった。)

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。
 (*) 社交飲食業では「東京ナイトスポットガイド : <http://www.tokyo-syakoh.or.jp/>」



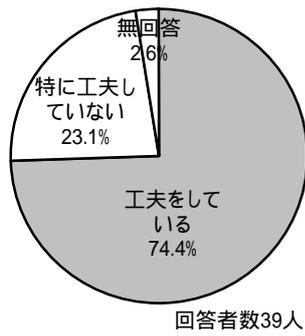
(2) 営業向上の取り組み

- 1) お客様を獲得するために74%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55%と最も多く、次いで「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、「お店の雰囲気」「価格」「サービス」の順である。
- 4) 経営上の工夫を得るのは、「同業者」が最も多く、「自分自身で実地調査」「雑誌」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、「自分自身で実地調査」が続く。

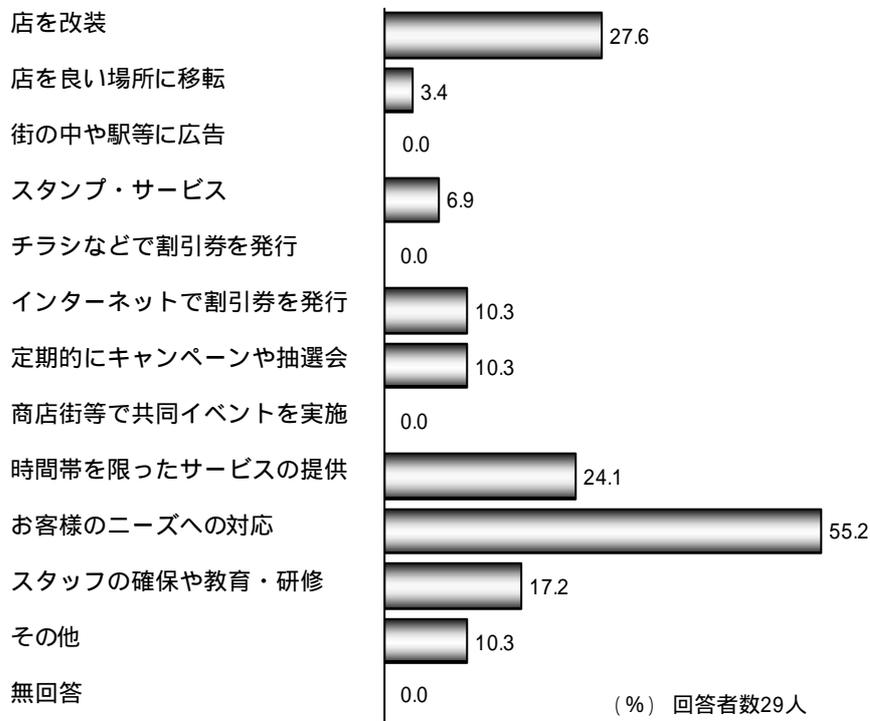
< 課題 >

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。お店の雰囲気への関心が高いが、サービスの向上、メニューや価格についても、お客様の満足の行くレベルを達成することが課題と考えられる。

問6 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。



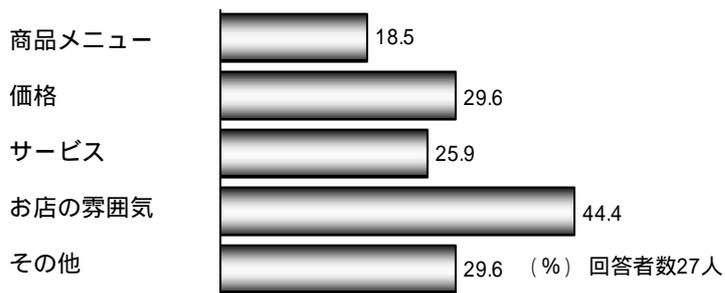
「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(中元、歳暮の贈答。誕生日、創立記念日、結婚記念日に携帯メールでお客様にお祝い。無料サービス品提供。他店にないサービスを提供する。)

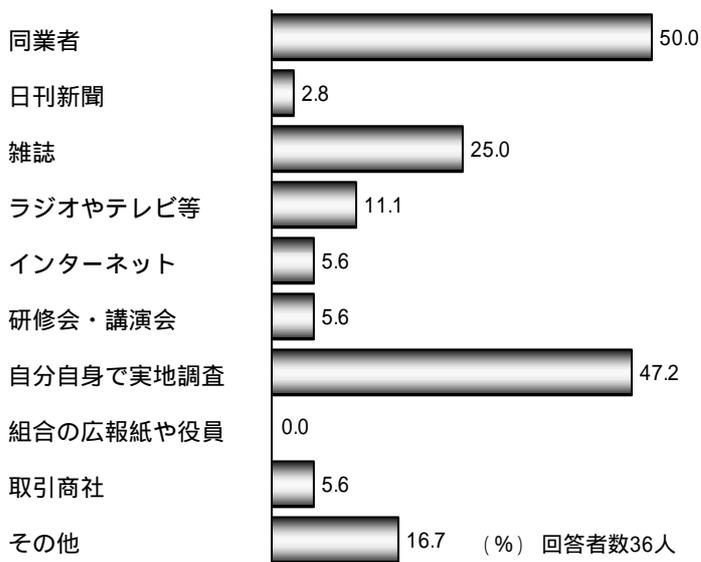
問7 他のお店の商品メニューやサービスなどで、今後参考にしたいものがありますか。



「各項目」の主な内容

- (1) 商品メニュー (酒類。クリームチーズでないコロッケ提供)
- (2) 価格 (似たスタイルの店の下限と上限価格。ハイグレードな価格帯。1000~1500円の廉価帯)
- (3) サービス (20~50才のレディがおもてなし。従業員の確保)
- (4) お店の雰囲気 (カーテン張り替え。他店に行って調査。異業種だが店内の作りを参考。明るく楽しい店とする。)
- (5) その他 (独自で考える。イベント開催)

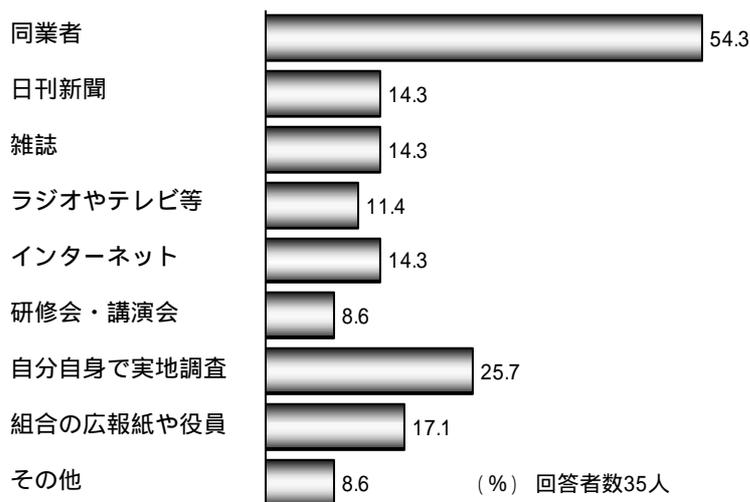
問8 経営上の工夫事例は、どこからヒントを得ていますか。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(友人。お客様)

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】

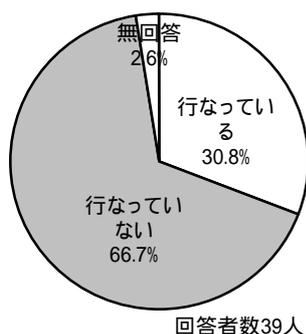


*「その他」の主な内容
(監督官庁から直接。お客様)

(3) IT (情報技術)の対応

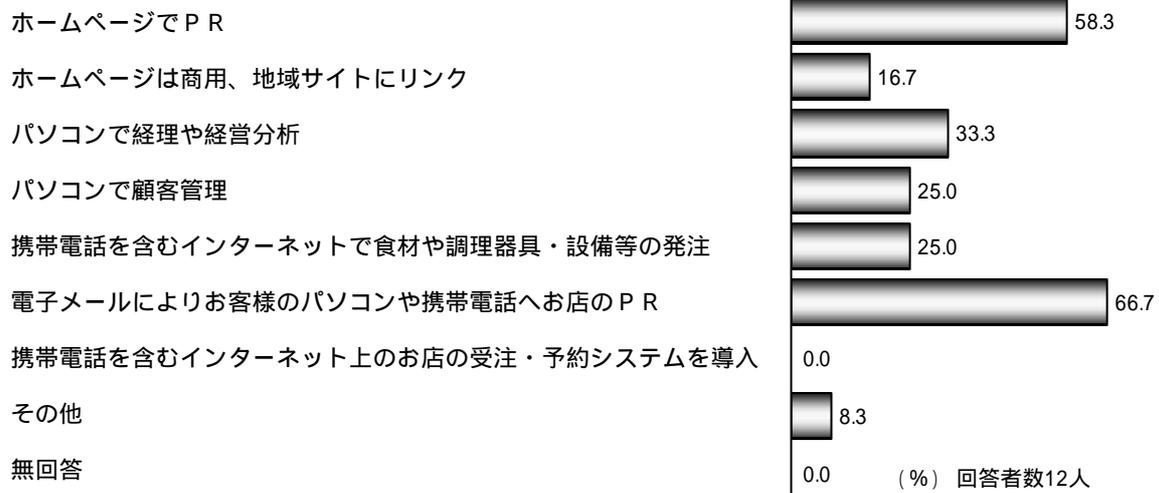
- 1) ITへの対応は、「行なっている」が31%、「行なっていない」が67%である。組合員より対応している割合が少し低い。
 - 2) 具体的なIT化の内容は「電子メールによりお客様のパソコンや携帯電話へお店のPR」が67%と最も多い。次いで「ホームページでPR」58%「パソコンで経理や経営分析」33%で、「食材や調理器具・設備等の発注」「顧客管理」も行なっている。
 - 3) ITの効果としては、「情報交換やコミュニケーションが楽」が33%と多く、次いで「経営・事務処理が効率的にできる」「コストが削減」が25%である。
 - 4) IT化を進めるための障害は、「パソコンの操作や入力に時間がかかる」「パソコンを研修する機会がない」「困ったときに質問ができない」がそれぞれ25%である。
 - 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54%、「パソコンが理解できない」が19%である。
- <課題>
ホームページやメールでの広報機能の活用が浸透している反面、使い方への不安も大きいことが、課題として読みとれる。

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。



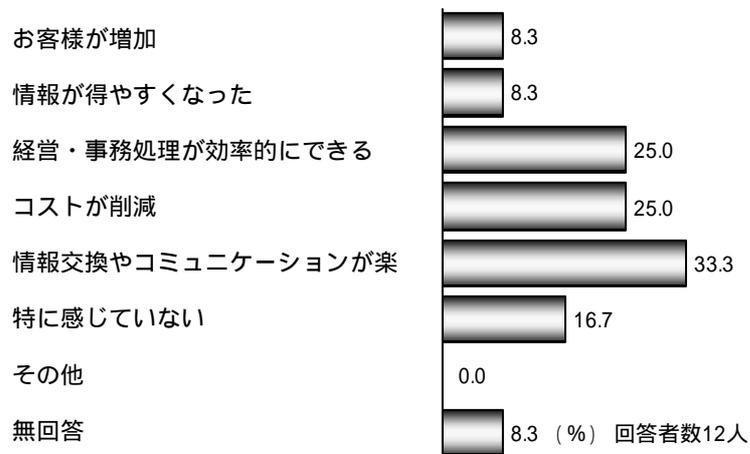
問10-1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。

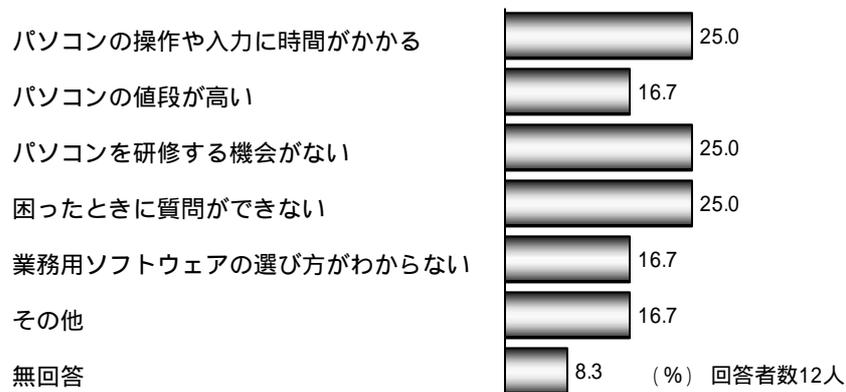


*「その他」の主な内容
(ダイレクトメール葉書作成)

イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。

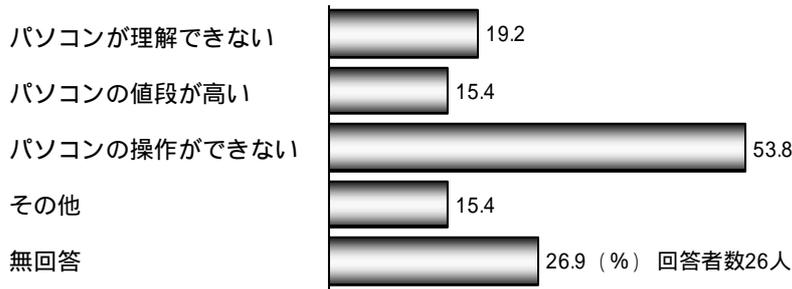


ウ IT化を更に進めるため、障害となっていることがありますか。



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

(パソコンは持っているが経営には使用していない。色々な個人情報が流れるのが嫌である。年齢的に健康や先が見えているので不要。時間がかかる。)

(4) 後継者問題

1) 後継者問題は「悩んでいる」が23%、「悩んでいない」が64%である。

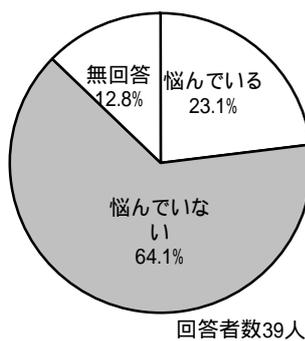
2) 悩んでいる理由は、「子供がいない」が55%、「子供以外の後継者もいない」44%「子供は、あとを継がない」22%などである。

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」が72%と最も多く、後継者がいる場合を大きく上回っている。

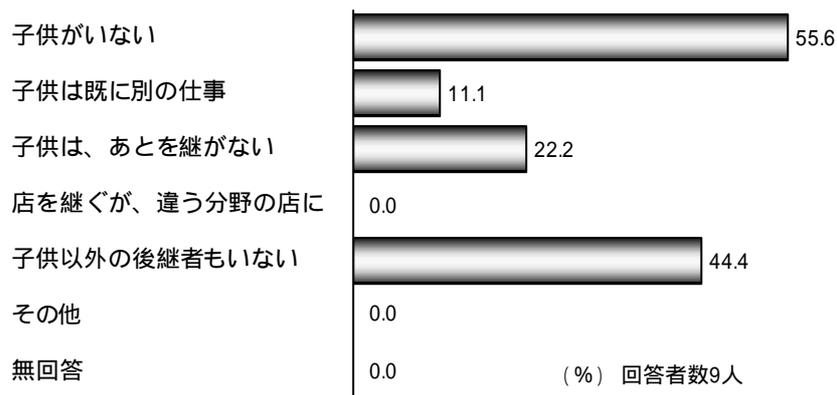
< 課題 >

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、業界全体としての検討課題でもある。Web サイト上で事例を紹介することは、組合活動の広報効果にもつながると考えられる。

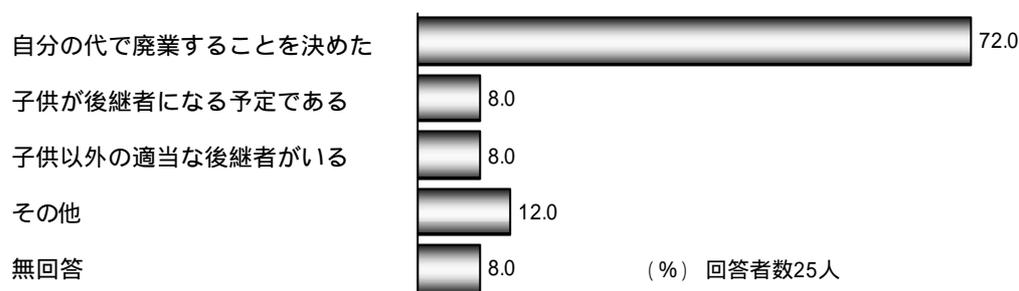
問11 経営形態が、個人経営の方にお伺いします。後継者の問題で悩んでいますか。



問 11 - 1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】



問 11 - 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
(まだ始めたばかり。まだ考える年齢ではない。)

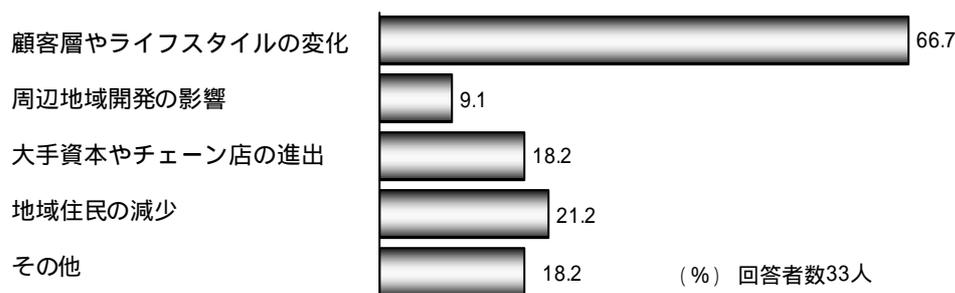
(5) 他業種との関係

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67%、「地域住民の減少」が21%である。

2) 他業種との連携を検討しているのは、26%である。

< 課題 >
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課題と考えられる。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。

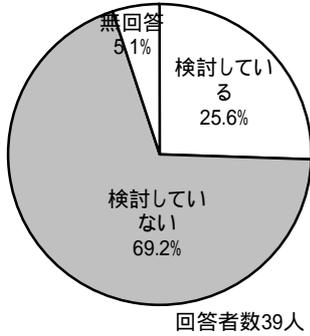
問 12 経営状態が厳しいとお考えの場合、その原因はどのような環境の変化でしょうか。



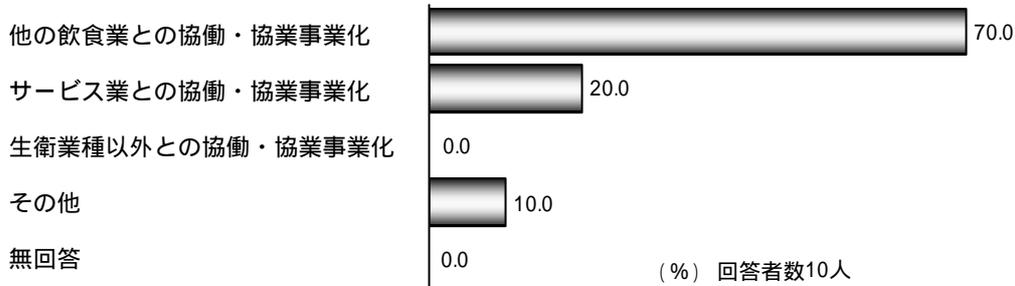
*「その他」の主な内容

(外国人所有の店が増えたため回りの雰囲気が悪くなり客足が遠のく。顧客の定年や高齢化、死亡など。税金の上昇や飲酒運転の問題)

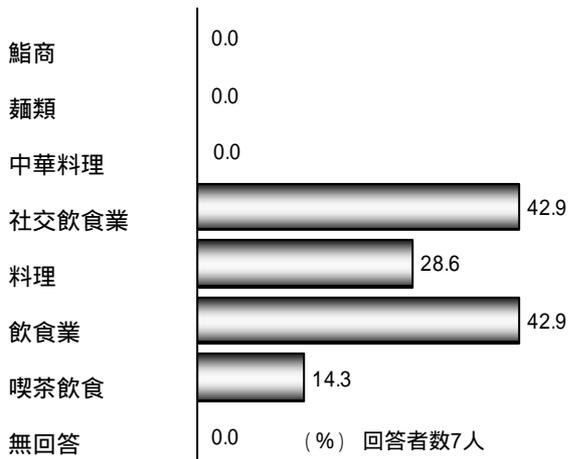
問 13 将来的に、営業形態として他業種との協働・協業化を検討されていますか。



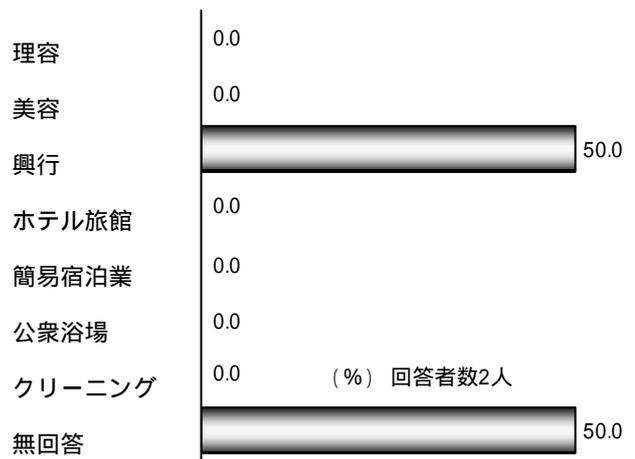
「検討している」をお選びの方へ 【複数回答可】



問 13-1 他の飲食業との協働・協業化



問 13-2 サービス業との協働・協業化



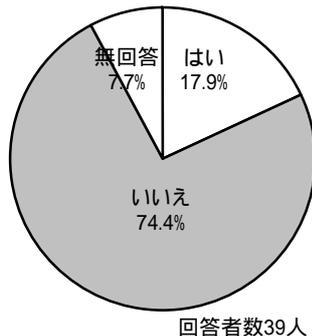
(6) その他

1) 繁華街での環境問題で「経営への悪影響を感じる」が18%、「感じない」が74%である。

<課題>

環境問題による経営への悪影響の解消は、行政や地域コミュニティと協調しながら引き続き取り組むべき課題である。

問 14 いわゆる「迷惑防止条例」の改正後、繁華街での環境浄化が進んできていますが、現在営業上の環境問題で、経営への悪影響を感じることがありますか。



「はい」をお選びの方へ、どのような問題が発生していますか。

- ・店にとって好ましくない客を排除すること。
- ・客足が伸びない。
- ・タクシー利用しかない遠方の客が来なくなった。
- ・2階の住民がうるさく、カラオケが11時までしか歌えない。

(7) 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。

- ・環境問題による経営への悪影響のことでやむなくメンバー制を取っている。地上げ問題。各家の財布を奥様がにぎっていること。
- ・ビルの前での客引き。店をオープンして18年だが5,6年前からビルの入口に看板が多くなり、入口を狭くしている。外国人や日本人も立っているのでビルに入りにくいと客から聞いた。ゴミの出し方が乱雑で、ビルの雰囲気は壊れる。
- ・スナック経営であるが若い人が来ない、居酒屋・カラオケで終わりにしているようだ。景気が悪く、社用族が著しく減った。
- ・顧客自体が飲食をする機会が減ってきていて、時代背景がなんとなく暗い、不安感があるので、飲んで歌ってという雰囲気ではない。
- ・顧客の高年齢化、非就業化
- ・客数の減少。来店頻度の減少
- ・客単価が低くなった。
- ・交際費がなくなり、顧客が減っている。定年で退職者が多い。
- ・3年ごとの更新料が迫っていて、預金のない現状に胃が痛くなる思いである。
- ・店の将来のこと、社交飲食業は益々厳しくなるので、このままでは経営困難になりかねる。方向性を変えようかと考えている。困っていることは売上以外に特にない。
- ・資金不足、設備が思うようにできない。

- ・資金難、売上が数年前から半減しているが、家賃、光熱費等は変わらない。
- ・下水の臭いが上がってくる。
- ・ネズミの被害
- ・適当な従業員の補充ができない。
- ・今までの自分の考え方でやっている。

イ 生活衛生同業組合への要望

- ・生活衛生同業組合が何をしているかわからないので何を書いたら良いかわからない。
加入のメリット、会費が知りたい。
- ・毎年全国大会を行うのは経済効果としてはわかるが、参加費も高く、メリットがない。他のやり方を考えた方が良いのではないか。
- ・国民金融公庫を利用しなくとも小口融資は組合等で貸し付けて欲しい。
- ・運営管理をもっとオープンにしてほしい。

3 興行生活衛生同業組合員

(1) 生活衛生同業組合への加入関係

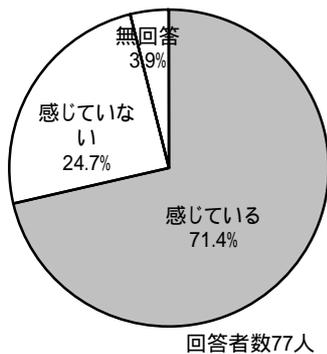
1) 組合への加入に「メリットを感じている」組合員は 71%で、その理由は「様々な情報源」が最も多く 86%、以下「JASRACの音楽使用料割引や免除」「各種研修会に参加」が上位である。

2) 組合員の減少理由は、「加入のメリットが少ない」「経営がきびしい」が 38%と最も多く、以下「活動の情報が伝わらない」「加入メリットの情報がない」の順である。

3) 組合員を増やす方策としては、「組合の存在感を訴える行事」が最も多く 62%、以下「景気の回復による個人消費の伸び」「研修会や講演会の開催」が続く。

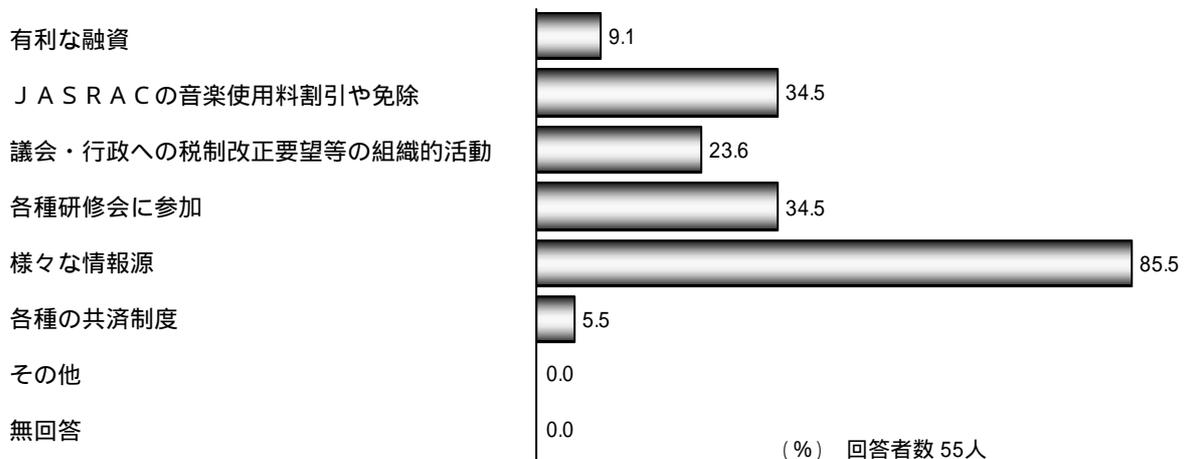
< 課題 >
 同業者の殆どが組合に加入しており、具体的な加入メリットの打ち出しと活動内容の周知などが取り組むべき優先課題である。情報源としての期待に応えながら行事や各種研修会の実施、広報活動の充実により組合の存在感をアピールすることが重要である。

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。



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、映画興行の場合は音楽使用料を配給会社が負担

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。

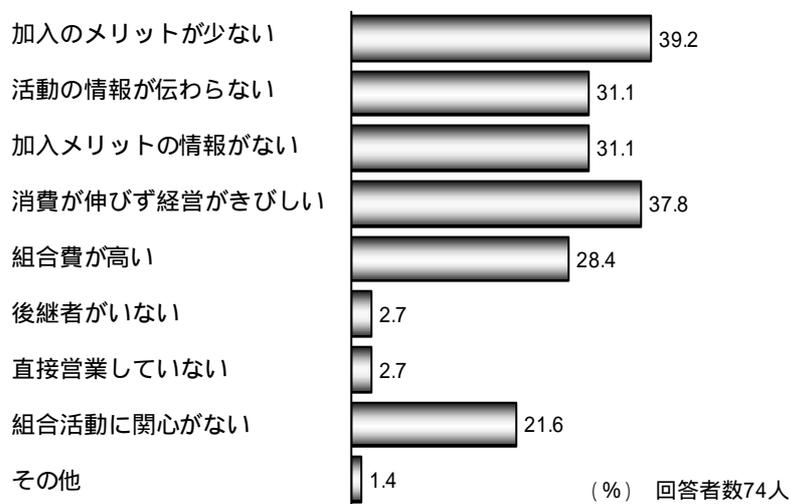
- ・業界の動向がいち早く察知できる。

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。

- ・具体的な政策や振興策を打ち出して欲しい。
- ・無秩序な新館増設を規制して欲しい。
- ・様々な情報源が得られると考えるが、それが足りないと感じる。
- ・福利制度
- ・組合費の有効活用
- ・同業者の情報交換や共有。現在は個人で行っているのでまとめて欲しい。

問2 組合員数が一般的に減少傾向にあります。その原因はどこにあるとお考えですか。

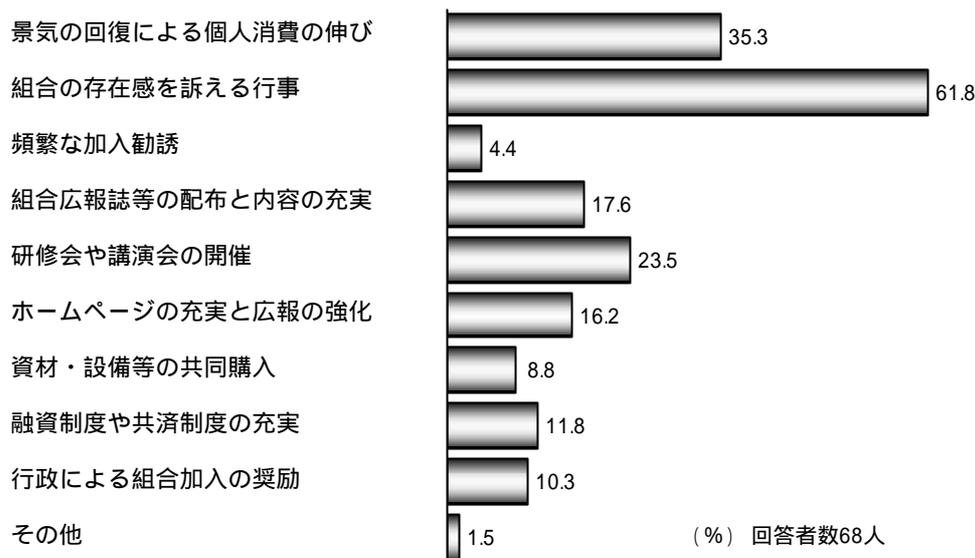
【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(現在業界での規制緩和によって加入の意味が薄れた。)

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
(組合の存在意義の見直し)

問2-問3のクロス集計

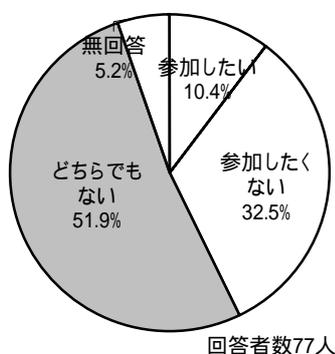
- 1) 「組合員が減っている原因」の回答と、「組合員を増やすにはどのような方策があるのか」の回答とをクロス集計した。
- 2) 組合員の減少原因を「加入のメリットが少ない」としている回答者は、増加策として「組合の存在感を訴える行事」がトップで、「研修会や講演会の開催」「景気の回復」が続いている。
- 3) 同じく「経営がきびしい」との回答者は、「景気の回復」が60%を超え、「組合の存在感を訴える行事」も46%があげている。
- 4) 「活動の情報が伝わらない」との回答者は、「組合の存在感を訴える行事」がトップで、「研修会や講演会の開催」「組合広報誌等の配布と内容の充実」をあげている。
- 5) 「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」、次いで「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」をあげている。

< 課題 >

興行では、組合員数は実質的に減少していないものの、加入のメリットが少ないと考えられていることが課題である。組合員のニーズを理解し、役立つ経営情報を発信し、研修会や講演会を開催するなどの組合の存在感を訴える行事がポイントである。

		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	業務に必要な資材・設備等の共同購入	融資制度や共済制度の充実	行政による組合加入の奨励	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	29	24.1	58.6	3.4	13.8	31.0	10.3	0.0	10.3	10.3	0
	活動の情報が伝わらない	23	13.0	78.3	13.0	30.4	30.4	21.7	13.0	26.1	8.7	0
	加入メリットの情報が無い	23	17.4	78.3	4.3	30.4	30.4	21.7	0.0	17.4	8.7	4.3
	経営がきびしい	28	60.7	46.4	7.1	10.7	32.1	3.6	21.4	7.1	7.1	0.0
	組合費が高い	21	14.3	61.9	0.0	9.5	14.3	9.5	9.5	9.5	9.5	4.8
	後継者がいない	2	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0
	直接営業していない	2	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0
	組合活動に関心がない	16	12.5	81.3	18.8	31.3	31.3	18.8	18.8	25.0	12.5	0
	その他	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	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。



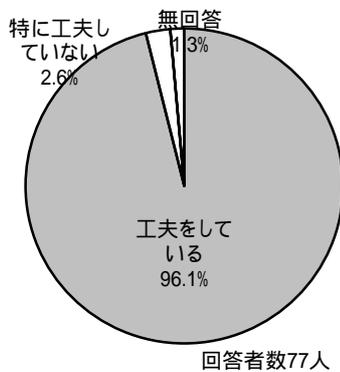
(2) 営業向上の取り組み

- 1) お客様を獲得するために「工夫をしている」組合員が96%であり、その内容は「スタッフの確保や教育・研修」が最も多く42%、以下「時間帯を限ったサービスの提供」「お客様のニーズへの対応」などが上位である。
- 2) 他のお店を参考にしたいものは「サービス」が63%と最も多く、「商品メニュー」「お店の雰囲気」は33%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54%と最も多いが、「インターネット」「自分自身で実地調査」もそれに続いている。

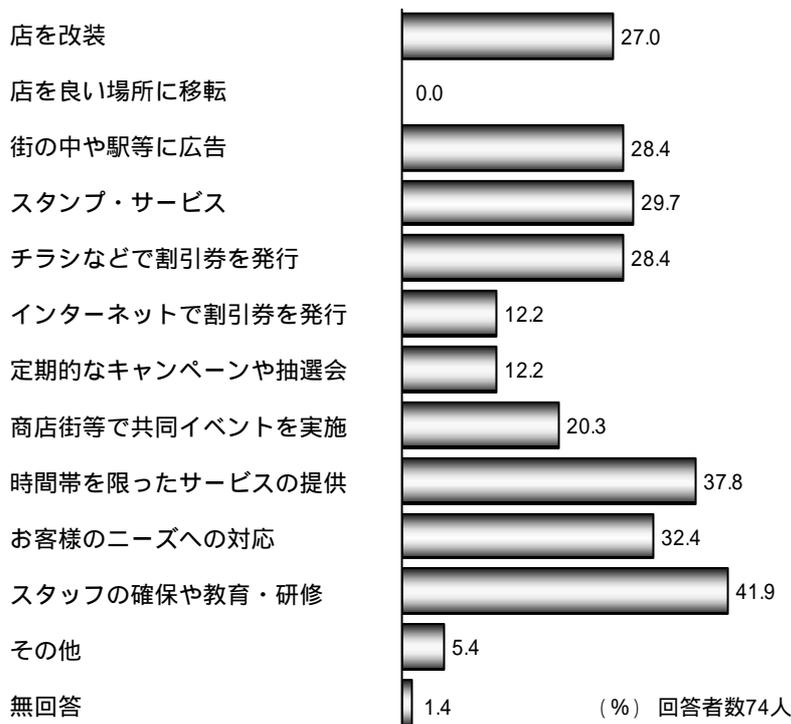
<課題>

営業向上のためには、サービスへの関心が高い。お客様へ提供するサービス内容を向上させるために、スタッフの教育・研修に力を入れることや、店舗の改装、居心地や快適性を改善することが課題と考えられる。

問5 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。



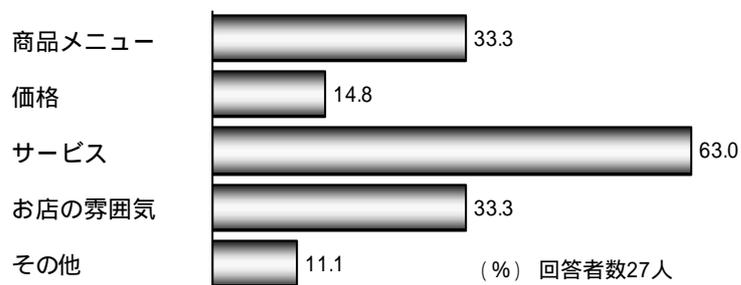
「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(地域の映画館 14 館と共同でメンバーズカードを発行し、観客の取り込みとチケットの割引サービスを行っている。清潔と顧客満足の充実化。相互割引の適用。友の会)

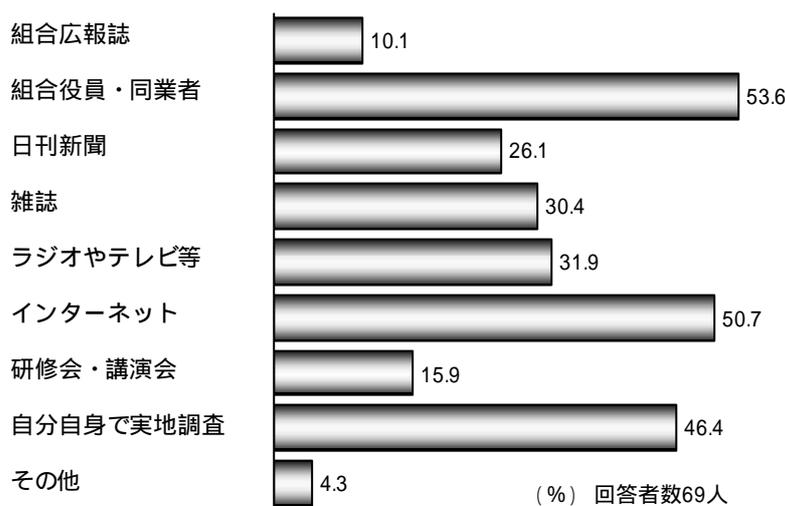
問6 他のお店の商品メニューやサービスなどで、今後参考にしたいものがありますか。



「各項目」の主な内容

- (1) 商品メニュー (売店商品、物販商品。ファーストフード。お客様のニーズにあった商品で劇場向きのアイテムの開発、販売。クリスピードーナツの販売。他劇場で安定した動員の公演のリサーチ)
- (2) 価格 (サービスデー価格、レイトショー価格。グループや年齢による割引)
- (3) サービス (膝掛けの貸し出し。託児所。地域に合った接客等。ホテル全般を参考。従業員教育、クレーム対策等。インターネットサービス。インターネットチケットの充実(ユナイテッドシネマ)。イベント等。高齢者、身障者向けサービス)
- (4) お店の雰囲気 (子供の目線を意識した環境を作りたい。明るい、落ち着いた。ホテル全般。改装できないので、雰囲気作りが上手な店を見習いたい。スターバックスを参考。シアタークリエや劇団四季のリサーチ)
- (5) その他 (新しい店舗の発想。ホームページ。インターネット及び携帯での割引)

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

(ビジネス本。地域情報。アンケート)

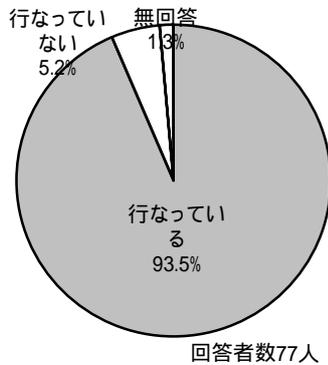
(3) IT (情報技術) の対応

- 1) ITへの対応を「行なっている」は94%であり、「行っていない」は5%である。
- 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93%である。次いで「パソコンで経理や経営分析」「顧客管理」が33%前後である。
- 3) ITの効果として感じているのは、「情報が得やすくなった」が最も多く74%である。「経営・事務処理が効率的にできる」「情報交換やコミュニケーションが楽」がそれぞれ50%程度となっている。
- 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」「パソコンの値段が高い」が18%以上と多く、「パソコンを研修する機会がない」がそれに次ぎ、無回答も44%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」「パソコンの値段が高い」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33%で、「知らない」が62%、パソコン出張サポートを「知っている」が12%で、「知らない」が75%で周知不足である。これら事業の実施は「組合の広報誌・チラシ」「組合役員・同業者」より情報を得ている。

<課題>

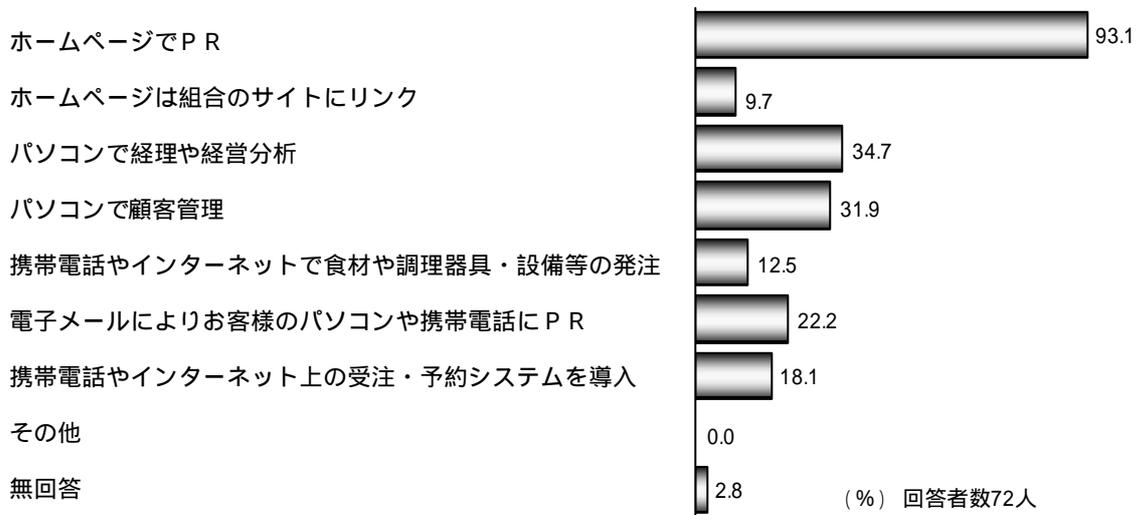
IT活用が非常に浸透している業種である。インターネットによるチケット販売やホームページによる情報発信などのコスト対策が今後の課題であると考えられる。

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。

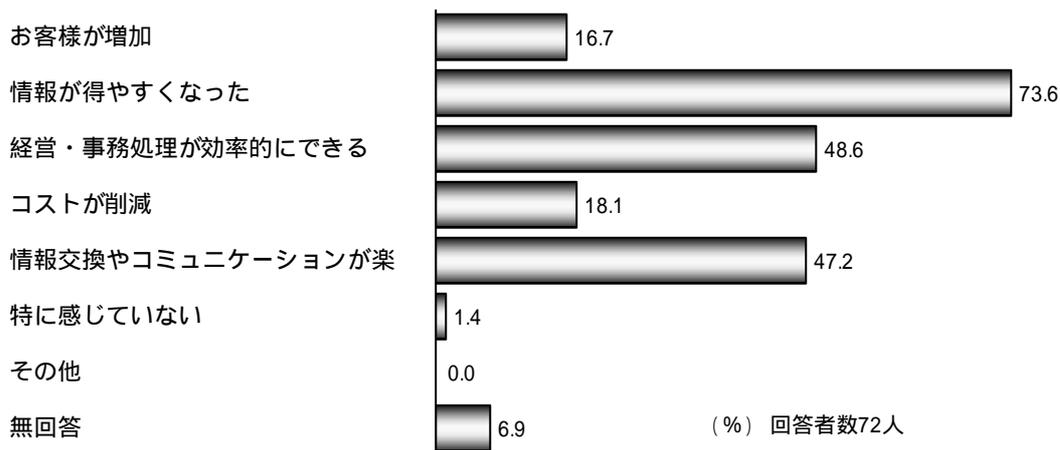


問8 - 1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

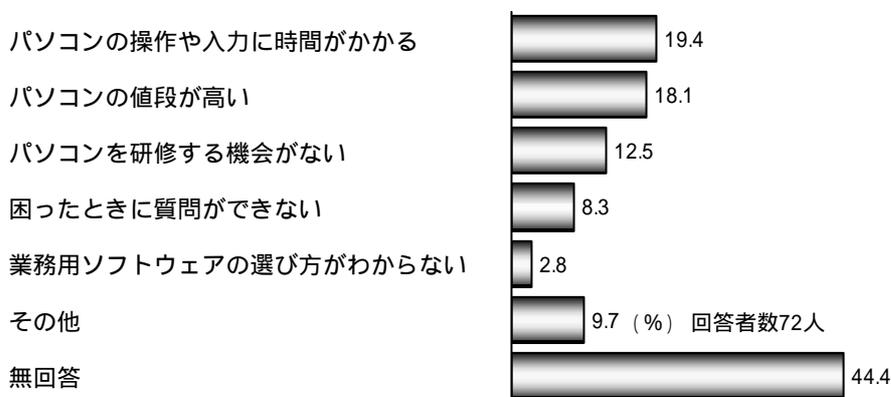
ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。



イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。



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。

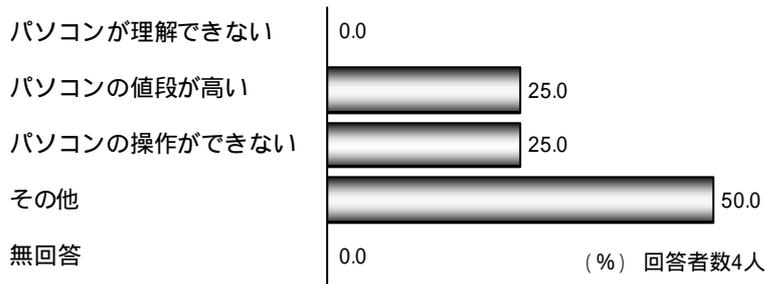


*「その他」の主な内容

(付帯物が多く値段が高い。セキュリティの問題、人材。ソフトの値段が高い。)

問8 - 2 「行っていない」をお選びの方へ 【複数回答可】

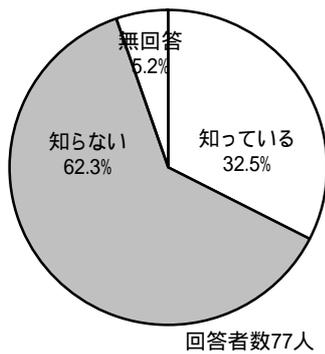
「行っていない」理由はどのようなものでしょうか。



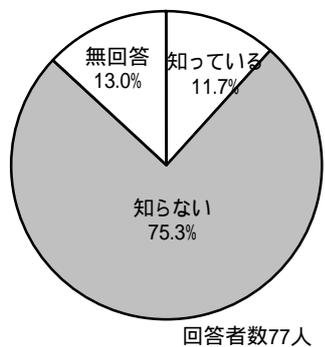
*「その他」の内容
(本社のIT設備が整っていない。)

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、また無料のパソコン出張サポートを行っていますが、ご存知でしょうか。

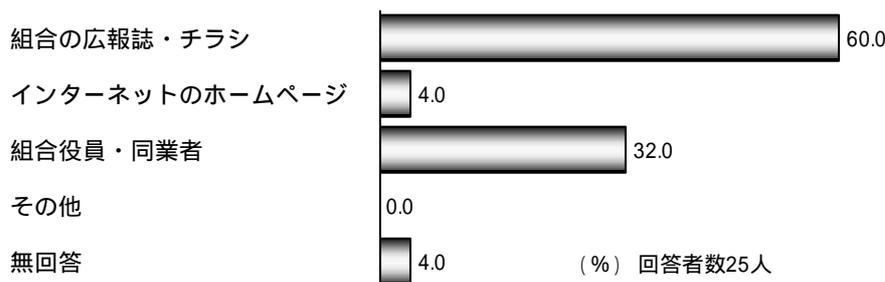
ア パソコン研修会



イ パソコン出張サポート



「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】



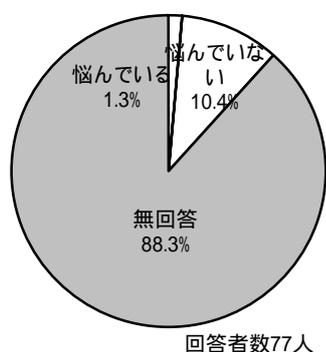
(4) 後継者問題

- 1) 後継者問題で「悩んでいない」が10%で、無回答が88%である。
- 2) 悩んでいる理由は、「子供は、あとを継がない」が100% (全回答者) である。
- 3) 悩んでいない理由は、「子供が後継者になる予定である」が63%である。

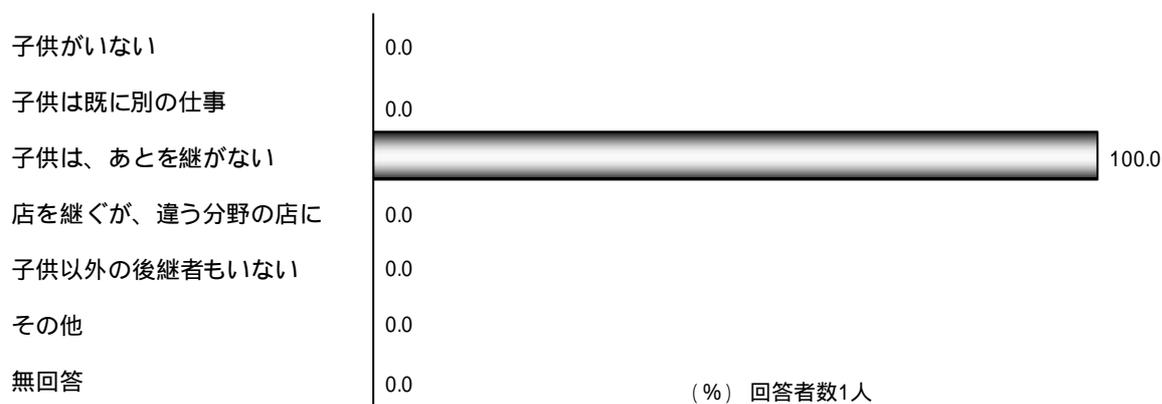
<課題>

法人経営が多いので、後継者問題は他業種程には深刻でない。しかし、個人経営の場合には、後継者問題の悩みがあるので、組合として個々の背景を分析し、事業継続に対する相談に乗ることが課題である。

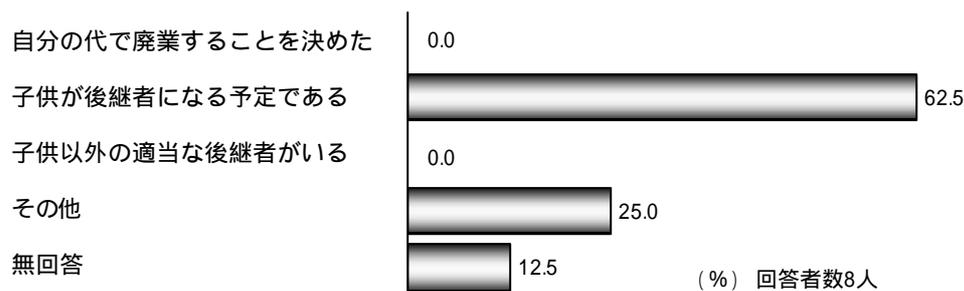
問10 経営形態が、個人経営の方にお伺いします。後継者の問題で悩んでいますか。



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
(法人経営なので。)

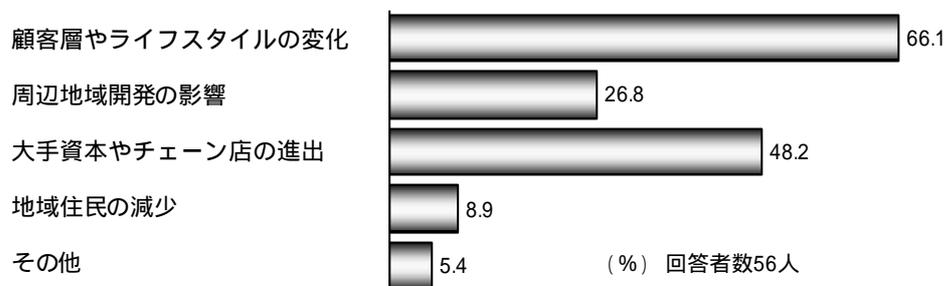
(5) 他業種との関係

- 1) 経営状態が厳しくなった環境変化の原因は「顧客層やライフスタイルの変化」が66%で最も多く、「大手資本やチェーン店の進出」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14%に過ぎない。
- 3) 検討している内容は、「サービス業との協働・協業事業化」が46%で、「他の飲食業との協働・協業事業化」が続く。

<課題>

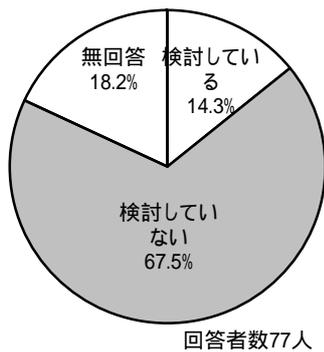
シネマコンプレックスなどの大手参入は、商売として旨味があることの証明であり、業界全体の活性化にもつながると考えられる。顧客層やライフスタイルの変化を先取りし、飲食業等との連携により顧客サービスを向上させることも検討すべき課題である。

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。

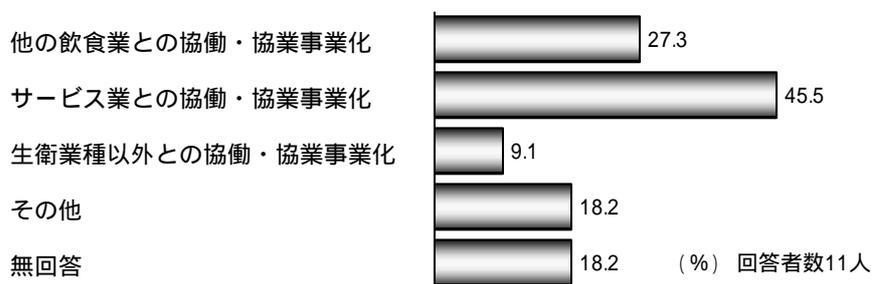


*「その他」の主な内容
(シネコンの急激な拡大。存在価値の減少。景気の不安定)

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。



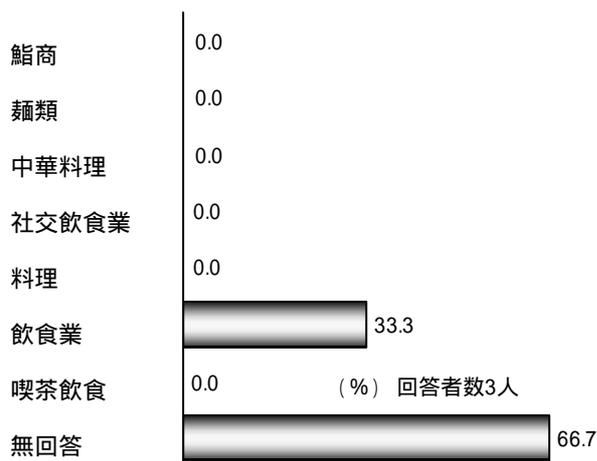
「検討している」をお選びの方へ 【複数回答可】



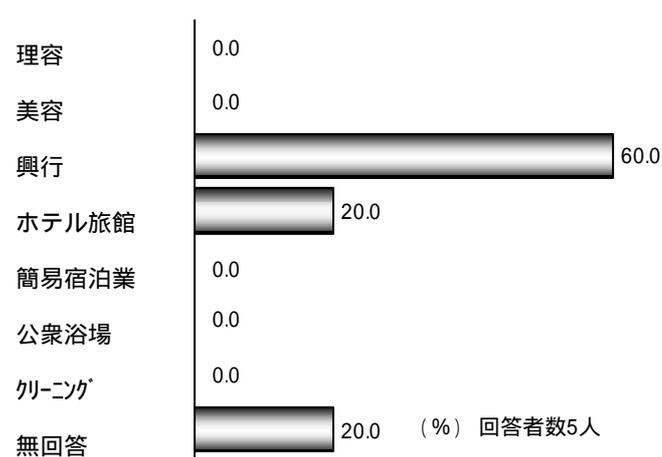
*「その他」の主な内容

(本事業が映画館、貸劇場なので現状は協同、協業は考えにくく、情報の交換にとどまっているが、改築に向かっては検討しているものと思われる。既に一部提携している。)

問 12-1 他の飲食業との協働・協業化



問 12-2 サービス業との協働・協業化



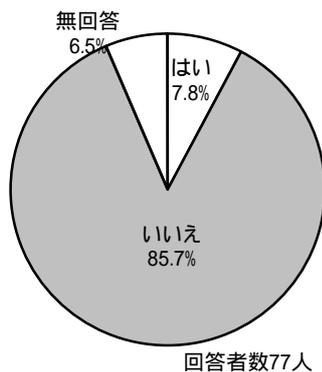
(6) その他

1) 繁華街での環境問題で「経営への悪影響を感じる」が8%、「感じない」が86%である。

<課題>

環境問題による経営への悪影響の解消は、行政や地域コミュニティと協調しながら引き続き取り組むべき課題である。

問 13 いわゆる「迷惑防止条例」の改正後、繁華街での環境浄化が進んできていますが、現在営業上の環境問題で、経営への悪影響を感じることはありますか。



「はい」をお選びの方へ、どのような問題が発生していますか。

- ・繁華街の環境が映画や演劇の観客層の動向に少なからず影響を与えていると思われる。
- ・街が汚い原因となる不法滞在者を取り締まれない司法に問題
- ・風俗店やキャッチセールスが多く、女性やファミリーが来づらい。
- ・2~3年前では起こらなかった様な細かい苦情が増えた。怒りやすい顧客が多くなった。
- ・女性客へのしつこい勧誘等
- ・悪質ホストによる呼び込み

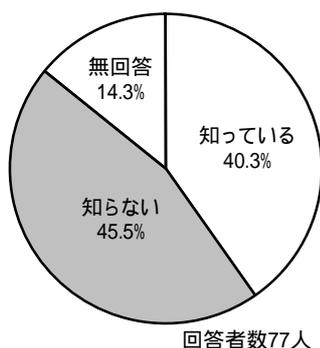
(7) 組合の広報活動

1) 組合ホームページのお客様向けサイトは、「知っている」が40%、「知らない」が46%である。

<課題>

組合ホームページの周知効果が小さい。広報活動の成果が不明瞭であることが課題である。組合員からの組合への要望を踏まえて、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。

問14 組合が所属する全国興行生活衛生同業組合連合会のサイト「<http://www.zenkoren.or.jp/>」
をご存じですか。



(8) 生活衛生同業組合への要望(自由記述)

- ・現状でよい。
- ・組合加入のメリットを感じている所もあるが、利害反する大手チェーンの組合員参入が本来あるべきである。個人、弱小経営者保護の設立理念は完全に喪失している。よって個人、弱小経営者の撤退、淘汰は続き、組合の形骸化は益々強くなるとの危惧を抱いている。
- ・条例違反者の厳しい取り締まりへの働きかけ
- ・接客技術向上に対しての講演会等があれば参加したい。
- ・機会があれば各種講演会や講習会、研修会等には積極的に参加したい。自分自身のスキルアップを事業所の運営に反映させたい。
- ・映写、デジタル化するシネマについての意見や方針を知りたい。
- ・ポスターが大量に送られてくることがあるが、配布基準はスクリーン数でなくてもよいのではないかと。12スクリーンに60枚を送られても貼るところがない。

4 ホテル旅館生活衛生同業組合員

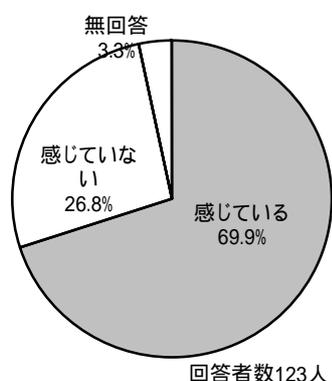
(1) 生活衛生同業組合への加入関係

- 1) 組合への加入に「メリットを感じている」組合員は70%であり、その理由は「様々な情報源」が最も多く67%、以下「有利な融資」「各種研修会に参加」が上位である。
- 2) 組合員の減少理由は、「加入メリットの情報がない」が43%で最も多く、以下「加入のメリットが少ない」「活動の情報が伝わらない」の順である。
- 3) 組合員を増やす方策としては、「組合の存在感を訴える行事」が最も多く57%、以下「研修会や講演会の開催」「行政による組合加入の奨励」「融資制度や共済制度の充実」が続く。

<課題>

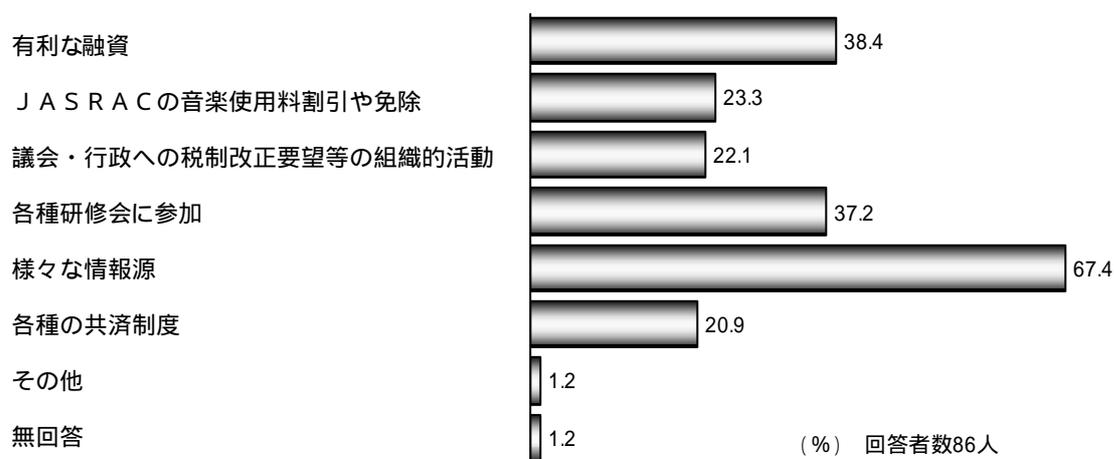
組合員減少に対して、加入のメリットを伝え切れていない広報機能が課題と考えられる。組合員のニーズを把握するためにも組合と組合員双方のコミュニケーションを深め、加入メリットにつながる情報の提供を検討すべきである。

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

*「その他」の主な内容
(クレジットカードの手数料)

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。

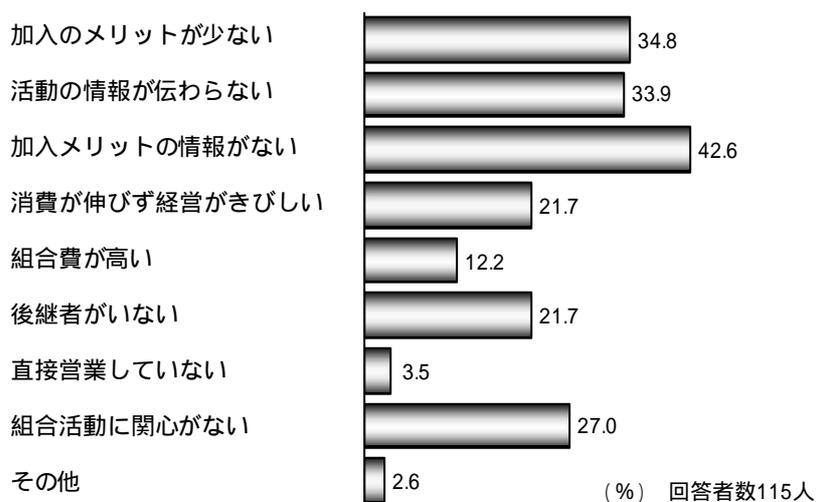
- ・新規ホテル情報
- ・組合員同士の新しい情報が集まりの時に入ってくるのが大きい。
- ・都議会及び自民党税調に対し直接訴えられる。
- ・同業者との人脈作り、行政とのパイプ
- ・関係官庁に対して、意見や要望を伝えることが容易である。
- ・金融公庫の融資

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。

- ・現在特にニーズがなく利用できていない。
- ・経営に関する情報の提供
- ・組織が大きいせいか身近な情報が少ない。
- ・一部の人達だけが独占している。
- ・組合活動の内容があまり理解できない。
- ・同じ目的の業界団体、日本観光旅館連盟等がある。

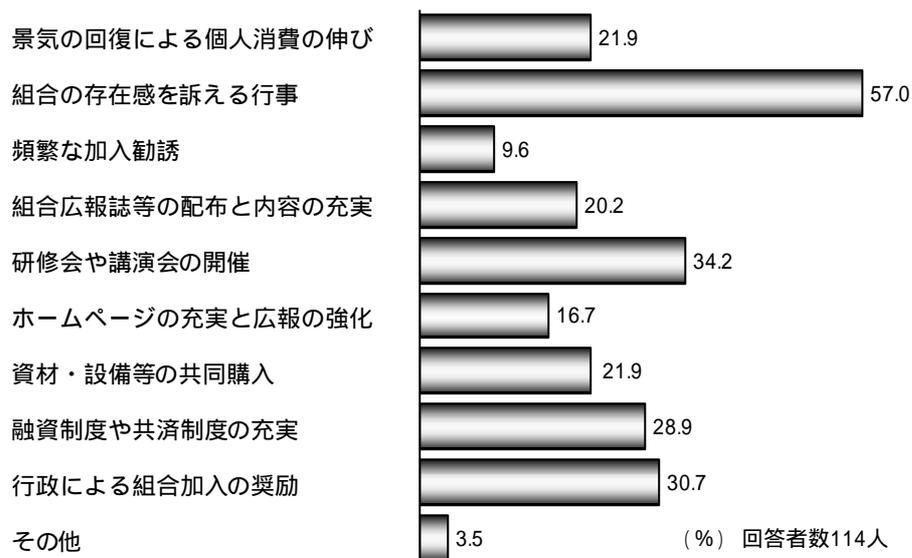
問2 組合員数が全般的に減少傾向にあります。その原因はどこにあるとお考えですか。

【複数回答可】



*「その他」の主な内容
(チェーン店の増加の影響。非組合員に対しPR不足、他に具体的なメリットを提供できない。)

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

(小売店と同じで減少あるのみ。行政がもっと組合に対し権限の委譲を行うべき。日本観光旅館連盟や国際観光旅館連盟との統合)

問2-問3のクロス集計

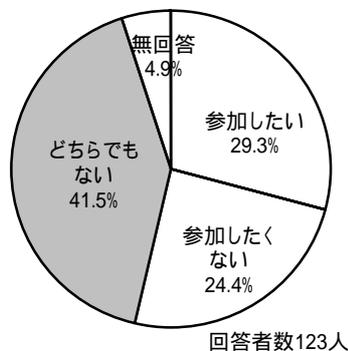
- 1) 「組合員が減っている原因」の回答と、「組合員を増やすにはどのような方策があるのか」の回答とをクロス集計した。
- 2) 組合員の減少原因を「加入メリットの情報がない」との回答者は、「組合の存在感を訴える行事」が70%、次いで「研修会や講演会の開催」をあげている。
- 3) 同じく「加入のメリットが少ない」としている回答者は、増加策として「組合の存在感を訴える行事」がトップで、「行政による組合加入の奨励」が続いている。
- 4) 「活動の情報が伝わらない」との回答者は、「組合の存在感を訴える行事」がトップで、「研修会や講演会の開催」「組合広報誌等の配布と内容の充実」をあげている。
- 5) 「組合活動に関心がない」との回答者は、「組合の存在感を訴える行事」が60%を超え、「研修会や講演会の開催」を52%があげている。

< 課題 >

組合員の減少を防ぐためには、加入メリットの情報がない、加入のメリットが少ないとの声に応えることが課題である。組合員のニーズを理解し、役立つ経営情報を発信し、研修会や講演会を開催するなどの組合の存在感を訴える行事がポイントである。

		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	業務に必要な資材・設備等の共同購入	融資制度や共済制度の充実	行政による組合加入の奨励	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	40	15.0	52.5	2.5	2.5	22.5	17.5	7.5	27.5	32.5	7.5
	活動の情報が伝わらない	39	20.5	71.8	12.8	46.2	53.8	17.9	38.5	28.2	30.8	0
	加入メリットの情報が無い	49	24.5	69.4	6.1	34.7	44.9	18.4	38.8	28.6	22.4	2.0
	経営がきびしい	25	56.0	56.0	8.0	8.0	36.0	8.0	32.0	28.0	28.0	4.0
	組合費が高い	14	21.4	50.0	14.3	7.1	35.7	21.4	7.1	28.6	21.4	14.3
	後継者がいない	25	28.0	36.0	20.0	20.0	28.0	24.0	20.0	28.0	40.0	0.0
	直接営業していない	4	50.0	50.0	75.0	25.0	75.0	25.0	50.0	75.0	75.0	0.0
	組合活動に関心がない	31	25.8	61.3	16.1	16.1	51.6	16.1	35.5	32.3	45.2	3.2
	その他	3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	33.3

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。



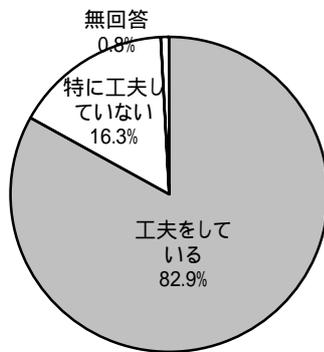
(2) 営業向上の取り組み

- 1) お客様を獲得するために「工夫をしている」組合員が83%近くあり、その内容は「お客様のニーズへの対応」「店を改装」が52%以上、以下「スタンプサービス」「スタッフの確保や教育・研修」などが上位である。
- 2) 他のお店を参考にしたいものは「サービス」が58%と最も多く、「お店の雰囲気」「価格」が続く。
- 3) 経営上の工夫事例のヒントを得るのは「インターネット」が53%と最も多いが、「組合役員・同業者」「研修会・講演会」も41%でそれに続いている。

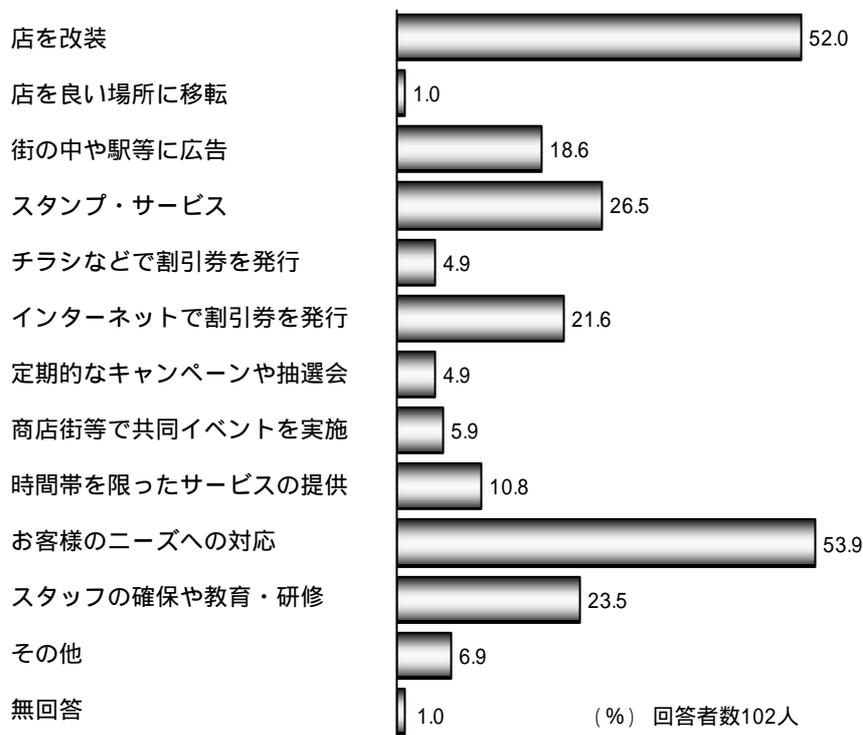
<課題>

サービスへの関心が大きい。顧客ニーズや満足度の方向を幅広く調査し、経営に反映させることが必要である。個性的なサービス内容や有効な工夫も経営資源の一つである。

問5 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。



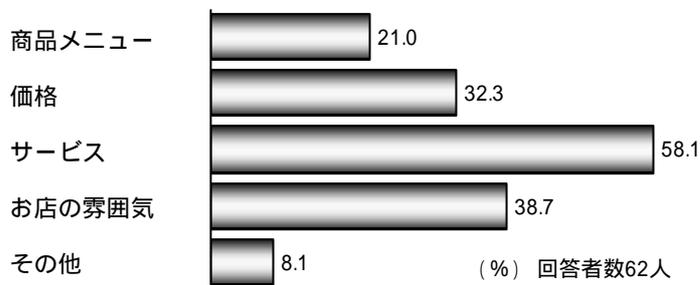
「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(Web サイトや携帯サイトに自社ホームページ作成、インターネット予約サイトの運用。旅行会社の利用。値引き。本来無料でない部分を無料サービスにしている。お客様の意見をもとにして設備を改善している。ポイントカードを導入している。メンバーカードによる商品との交換、割引)

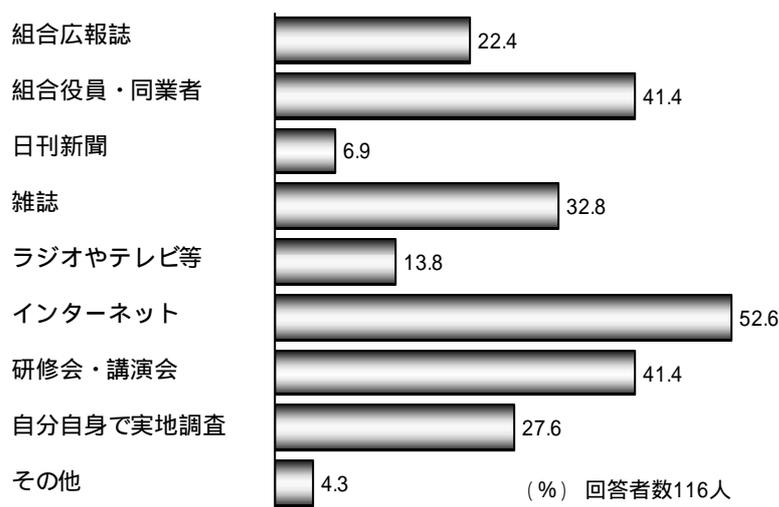
問6 他のお店の商品メニューやサービスなどで、今後参考にしたいものがありますか。



「各項目」の主な内容

- (1) 商品メニュー (飲食の充実。常備品等)
- (2) 価格 (曜日や日付によってのサービス価格制度。価格帯の設定)
- (3) サービス (行き届いた清掃。お客様ニーズへの対応の仕方。ランドリーサービス。バリアフリー対策。ネットに対応した設備。個人の考えだと偏ってしまうので、他の店の情報も参考としサービス向上を計りたい。)
- (4) お店の雰囲気 (シンプルで清潔感のある部屋。入店しやすい雰囲気)
- (5) その他 (女性従業員を雇う。営業終息状態なので何もしていない。お客様が利用しやすい雰囲気。Web サイトでのプラン提供)

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

(本社の経営戦略等。コンサルタント委託)

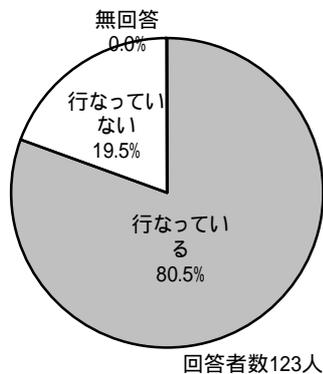
(3) IT (情報技術) の対応

- 1) ITへの対応を「行なっている」は81%で、「行っていない」が20%である。
- 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84%、次いで「ホームページは組合のサイトにリンク」が51%、「顧客管理」が39%「携帯電話やインターネット上の受注・予約システムを導入」が38%である。
- 3) ITの効果として感じているのは、「お客様が増加」が61%である。「情報が得やすくなった」「経営・事務処理が効率的にできる」が続く。
- 4) IT化を更に進めるのに障害となっているのは、「困ったときに質問ができない」が29%と最も多く、「業務用ソフトウェアの選び方がわからない」がそれに続く。
- 5) IT化を行なっていない理由は「パソコンが理解できない」「パソコンの値段が高い」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27%で、「知らない」が71%、パソコン出張サポートを「知っている」が13%で、「知らない」が81%で、周知不足である。これら事業の実施は「組合の広報誌・チラシ」「組合役員・同業者」により情報を得ている。

<課題>

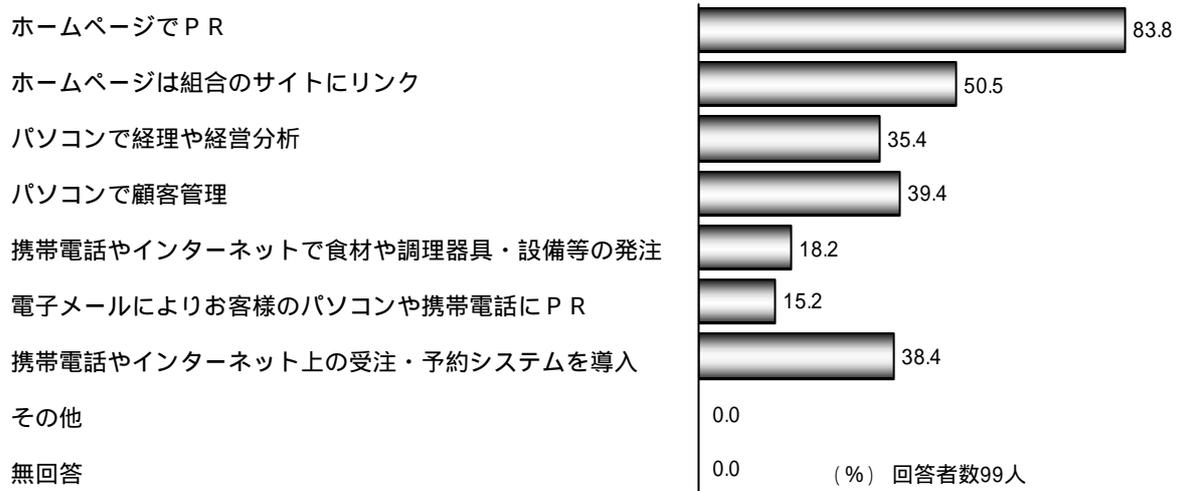
IT化、特にホームページの利用が業界全体で進んでいる。その情報内容の更新や顧客の反応評価などについて、効果を挙げコストを下げる対策が課題と考えられる。

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。

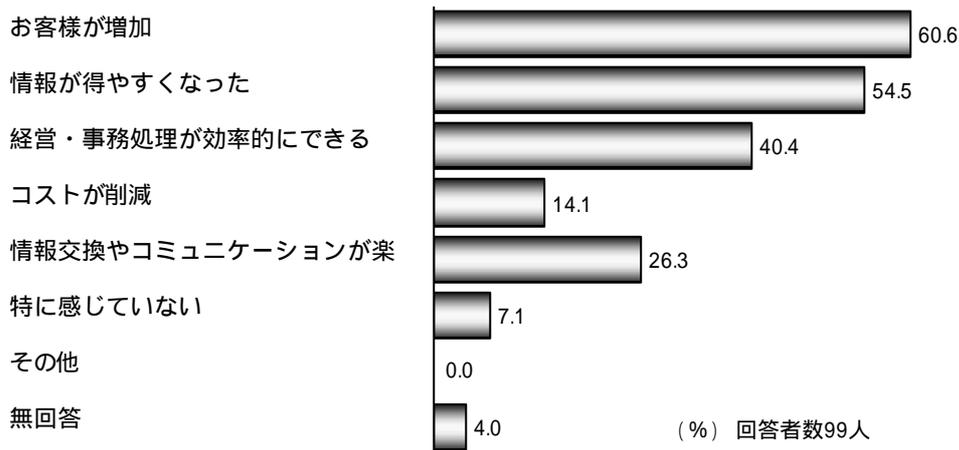


問8 - 1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

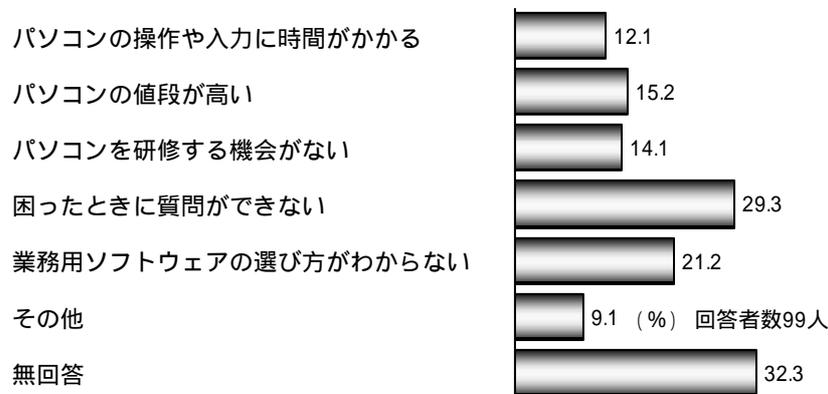
ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。



イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。



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。

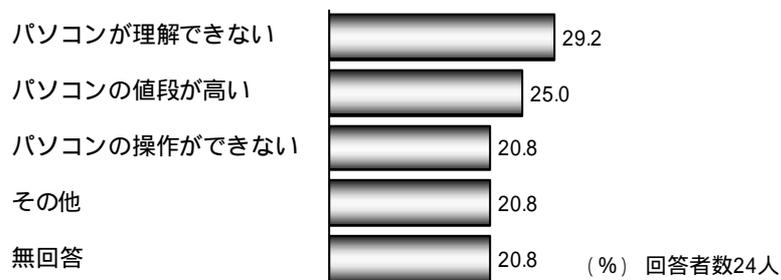


*「その他」の主な内容

(老害、親族で年長者の無理解。パソコンに費やす時間がない。ソフトウェアが高い。不具合が起きた時の対応に専門の知識が必要。ソフト関連の値段が高い。客室内のインターネットの高速化にあたってのコストが高い。)

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。

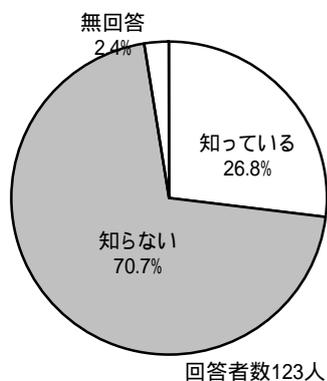


*「その他」の内容

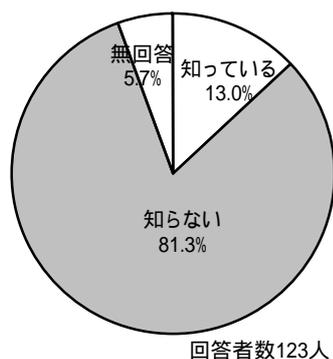
(準備段階。これから行う予定。どのようなお客様が来られるかわからない。)

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、また無料のパソコン出張サポートを行っていますが、ご存知でしょうか。

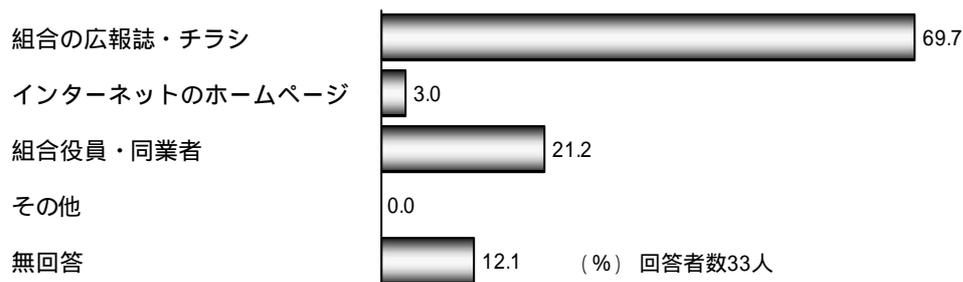
ア パソコン研修会



イ パソコン出張サポート



「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】



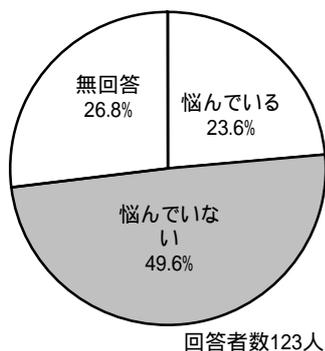
(4) 後継者問題

- 1) 後継者問題で「悩んでいる」が24%、「悩んでいない」が50%である。
- 2) 悩んでいる理由は、「子供は既に別の仕事」が48%、「子供は、あとを継がない」24%、「子供以外の後継者もいない」17%である。
- 3) 悩んでいない理由は、「子供が後継者になる予定である」が62%近くある。

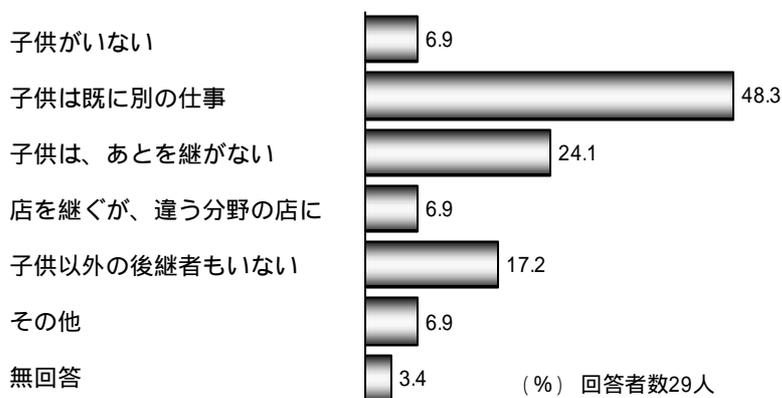
<課題>

後継者問題の背景を分析することが課題である。経営者が変わることで、お店が再生できるのであれば、組合主導の仲介も検討すべきと考えられる。

問10 経営形態が、個人経営の方にお伺いします。後継者の問題で悩んでいますか。



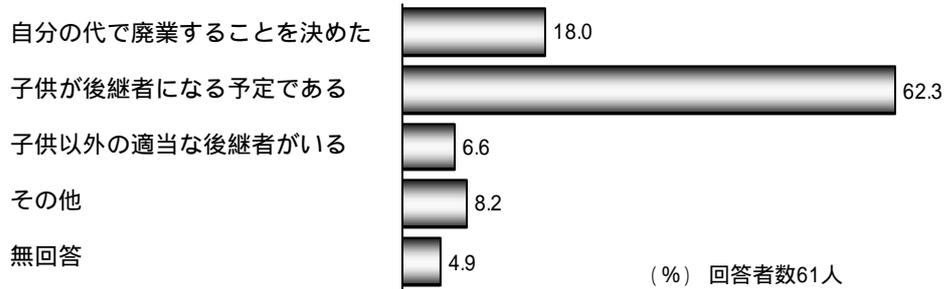
問10-1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(後継者の経営者教育。外に出して経営の勉強をさせる。)

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

(既に子供と一緒に経営努力している。法人のため。運営会社に任せている。子供がまだ幼い。)

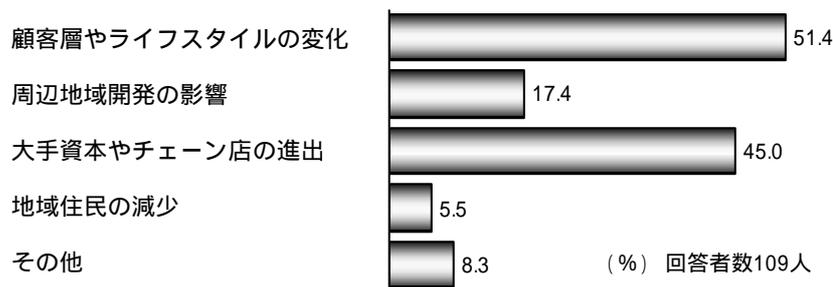
(5) 他業種との関係

- 1) 経営状態が厳しくなった環境変化の原因は「顧客層やライフスタイルの変化」が51%で最も多く、「大手資本やチェーン店の進出」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17%である。
- 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57%で、生衛業以外やサービス業との連携には慎重である。

<課題>

チェーン店進出による価格競争は、現場では大きな問題である。顧客ニーズやトレンド変化に対応しながら、提供できるサービスの内容と顧客の志向性を見直し、合併や他業種との連携を模索することも、生き残り戦略として検討すべき課題である。

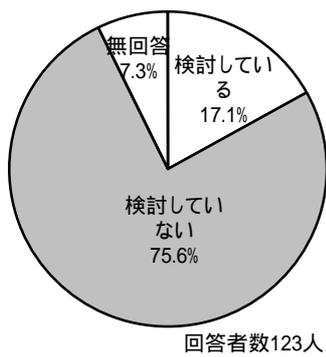
問11 経営状態が厳しいとお考えの場合、その原因はどのような環境の変化でしょうか。



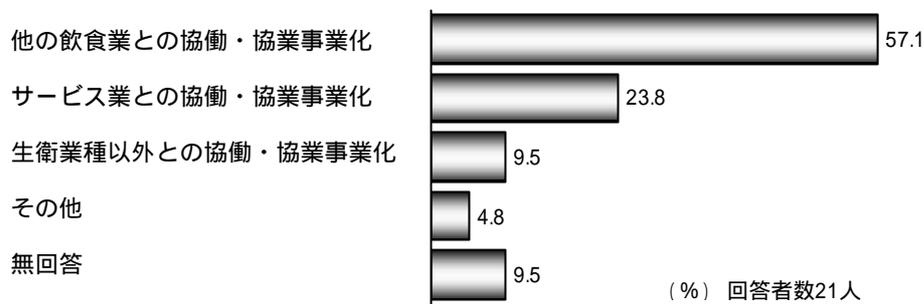
*「その他」の主な内容

(景気の悪化。店が古いので新しいニーズに応えられない。周辺に風俗店が多くなり環境が悪くなった。借金の返済。宿泊料金の低下。常に新しいものを取り入れなければその時のニーズに合わず出遅れる。少子化の影響)

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。

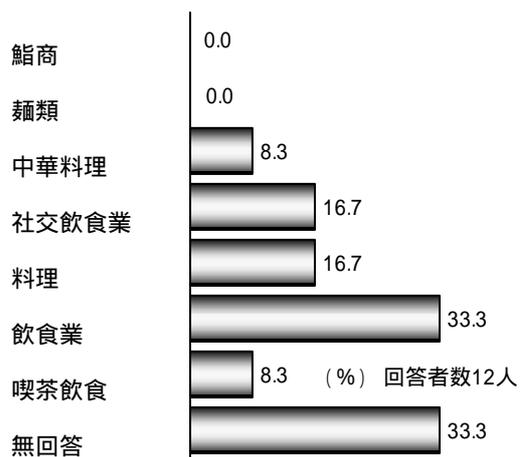


「検討している」をお選びの方へ 【複数回答可】

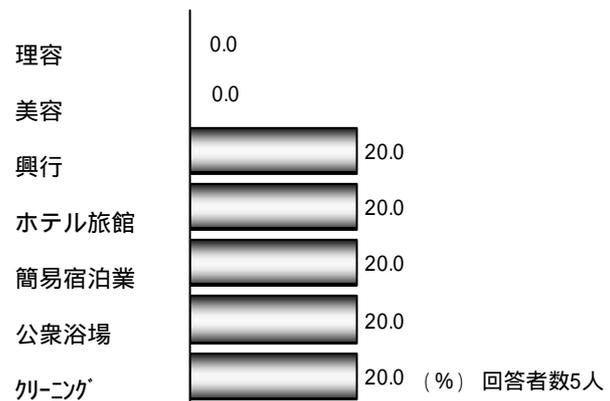


*「その他」の主な内容
(商店会、商工会と協働事業)

問 12-1 他の飲食業との協働・協業化



問 12-2 サービス業との協働・協業化



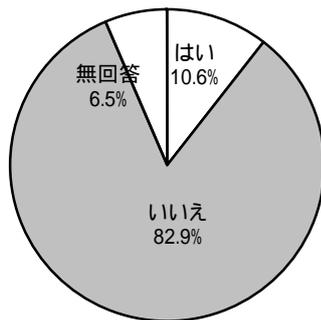
(6) その他

1) 繁華街での環境問題で「経営への悪影響を感じる」が11%、「感じない」が83%である。

<課題>

繁華街での環境問題による経営への悪影響の解消は、行政や地域コミュニティと協調しながら引き続き取り組むべき課題である。

問 13 いわゆる「迷惑防止条例」の改正後、繁華街での環境浄化が進んできていますが、現在営業上の環境問題で、経営への悪影響を感じることがありますか。



回答者数123人

「はい」をお選びの方へ、どのような問題が発生していますか。

- ・呼び込み、客引きが多く、通行人が怖がっている。
- ・繁華街全体として客数が減り、活気がなくなった気がする。
- ・夜9時過ぎには人が歩いていない。
- ・特に飲食店の24時間営業の店が多くできた。
- ・顧客の減少
- ・クレームの多発
- ・近隣とのトラブル

(7) 組合の広報活動

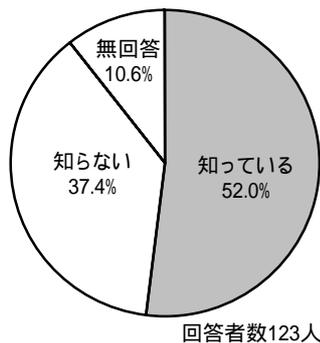
1) 組合ホームページのお客様向けサイトは、「知っている」が52%、「知らない」が37%である。

2) 客室数は、21～50室が42%、20室以下が31%である。

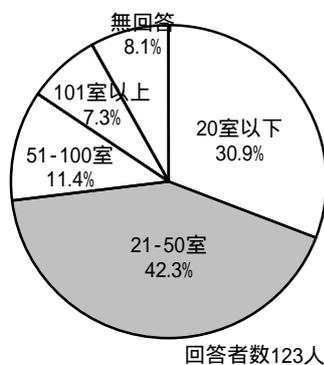
<課題>

広報活動の効果を常に分析し、より訴求効果の高い広報機能のあり方を検討すべきである。組合が提供する宿泊予約サイトと民間プロバイダーが提供する予約サイトとの競合も今後のWeb広報の課題と考えられる。

問 14-1 組合ホームページのお客様向けのサイト「宿泊予約サイト及び東京ステイオンライン
「<http://www.tokyo-hotel-ryokan.or.jp/>、<http://tokyostay.com/>」をご存じですか。



問 14-2 貴施設の客室数を教えてください。



(8) 生活衛生同業組合への要望 (自由記述)

- ・ 都市において競合する公的宿泊企業が特に私共の発展などを阻害している。
- ・ 新しいタイプのビジネスホテルとして現在流行っているホテルの情報、リフォームのアドバイス等を知りたい。
- ・ 中小企業ねらい打ち税制への対応を希望する。
- ・ 監督官庁等の情報が欲しい。消防、保健所、警察、NHK 受信料の件
- ・ 現在の東京都ホテル旅館生活衛生同業組合の名称を変えた方が良い。
- ・ 宿泊予約サイトについてはプロバイダーや旅行代理店などにまかせ、組合としてはやめたほうがよい。コスト的に無理だと思う。
- ・ JASRAC の音楽使用料割引。下水道料金の減免。NHK 受信料対策について希望する。
- ・ パソコンを高齢者にも手取りり足取り親切に教えられる講習会を望む。

5 ホテル旅館非組合員

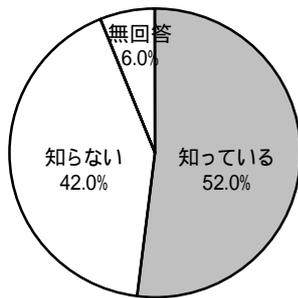
(1) 生活衛生同業組合への加入関係

- 1) 組合自体の存在については「知っている」が52%、その活動内容は「知らない」が64%である。
- 2) 知っている活動内容は、「議会・行政への税制改正要望等の組織的活動」が47%で最も多く、「融資制度」「JASRACの音楽使用料割引や免除」がそれぞれ33%、「経営に関する情報提供」「各種研修会の開催」がそれぞれ27%となっている。
- 3) 組合へ加入していない理由は、「加入メリットの情報がない」が37%、「活動の情報が伝わらない」が34%、次いで「加入のメリットが少ない」が17%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、「景気の回復による個人消費の伸び」「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。
- 5) 組合ホームページについては、「知らない」との回答が76%と周知不足である。

< 課題 >

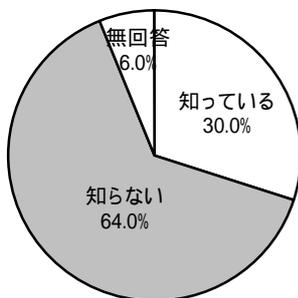
非組合員の勧誘のためには、組合活動の周知と理解を深めることが課題である。その上で、加入のメリットをわかりやすく、広報することが必要である。

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。
(ホテル旅館営業では、東京都ホテル旅館生活衛生同業組合)



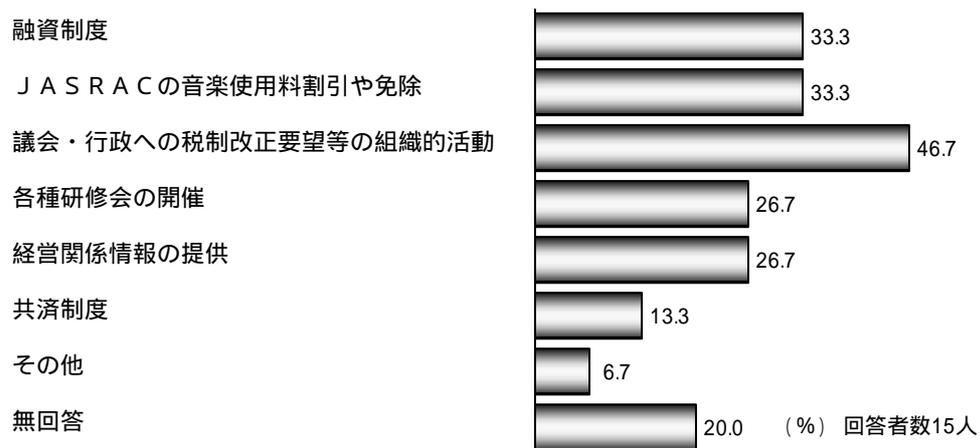
回答者数50人

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。

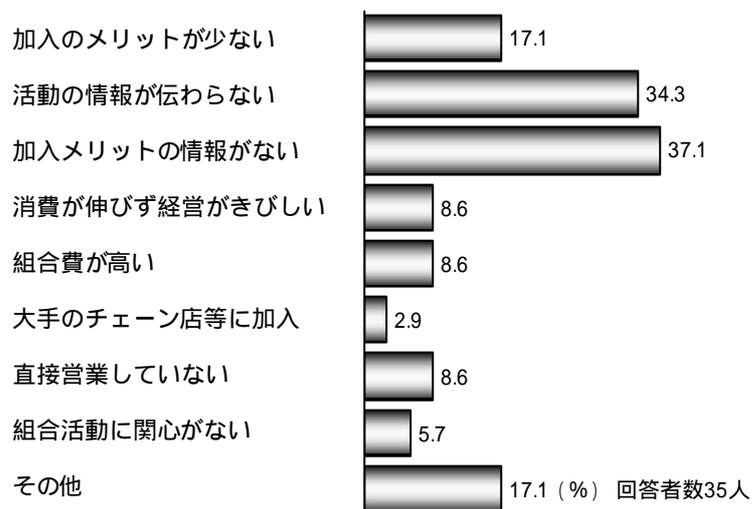


回答者数50人

「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】



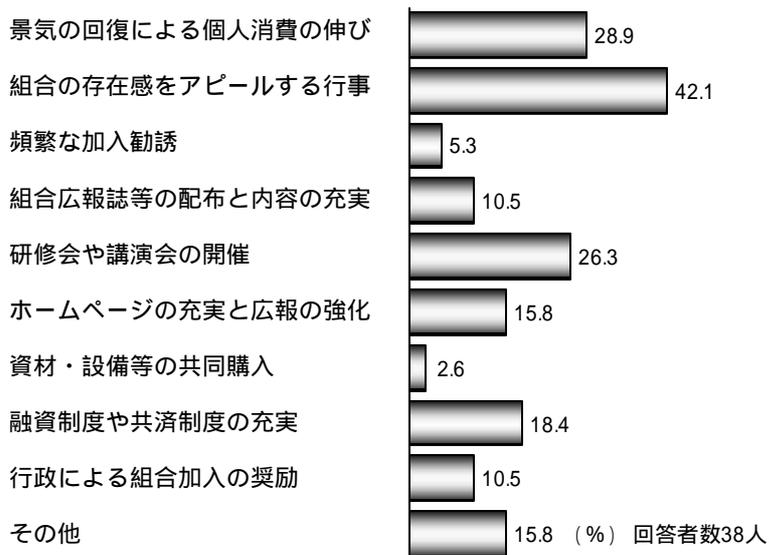
問3 同業組合へご加入されていない理由がございましたら、ご回答をお願いします。【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(チェーン本部からの指導がない。本社に任せている。こうした組合を知らなかった。自社グループで展開している。公益法人で運営している為。解散して地域の組合がない。)

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】



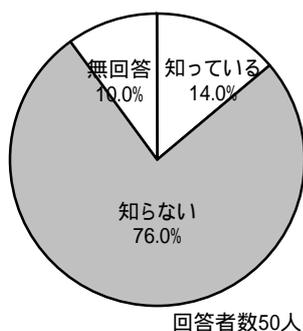
*「その他」の主な内容

(チェーン本部の指導。民間企業ではないため加入の可能性はないと思う。加入のメリットがあること)

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。

(*) ホテル旅館では「宿泊予約サイト及び東京ステイオンライン

: <http://www.tokyo-hotel-ryokan.or.jp/>、<http://tokyostay.com/>」



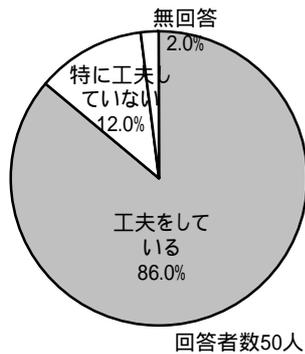
(2) 営業向上の取り組み

- 1) お客様を獲得するために86%が何らかの工夫をしている。
- 2) 工夫の内容は、「店を改装」が47%と最も多く、次いで「お客様のニーズへの対応」「インターネットで割引券を発行」「街の中や駅等に広告」「スタッフの確保や教育・研修」などが上位である。
- 3) 他のお店で参考となるポイントは、「お店の雰囲気」「価格」「サービス」「商品メニュー」の順である。
- 4) 経営上の工夫を得るのは、「同業者」が最も多く、「インターネット」「雑誌」「自分自身で実地調査」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、「インターネット」「雑誌」「日刊新聞」が続く。

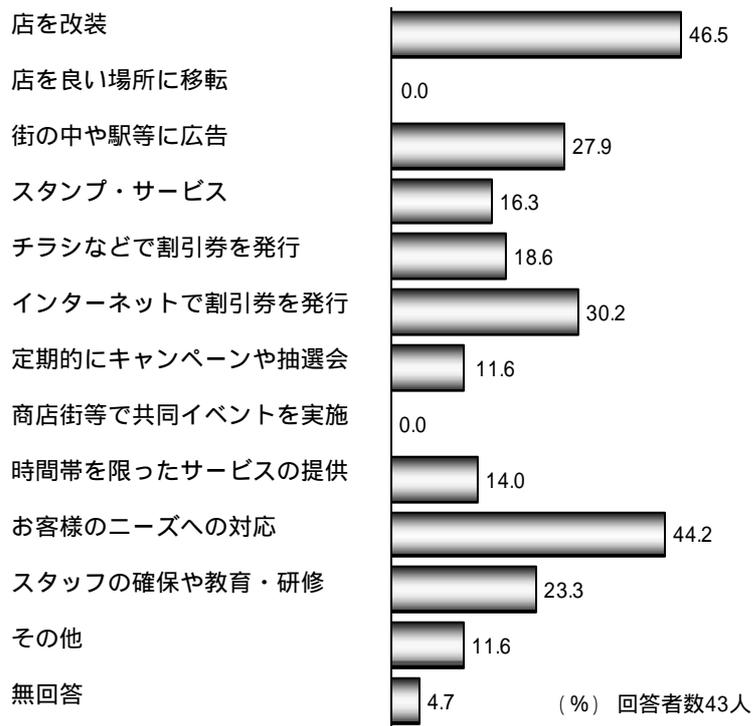
<課題>

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。営業向上のためには、お店の雰囲気への関心が高いが、サービスの向上、メニューや価格についても、お客様の満足の行くレベルを達成することが課題と考えられる。

問6 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。



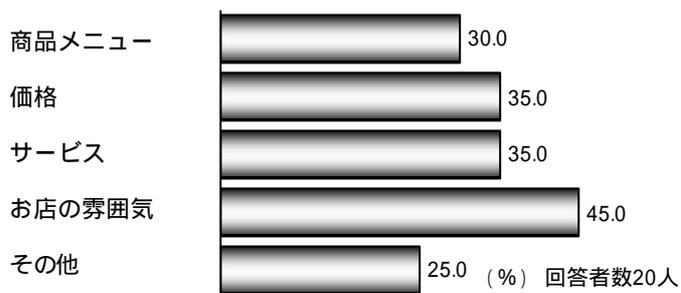
「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(曜日を限った価格を提供。インターネット予約サイトに登録している。地震が頻繁にあるので耐震補強をした。)

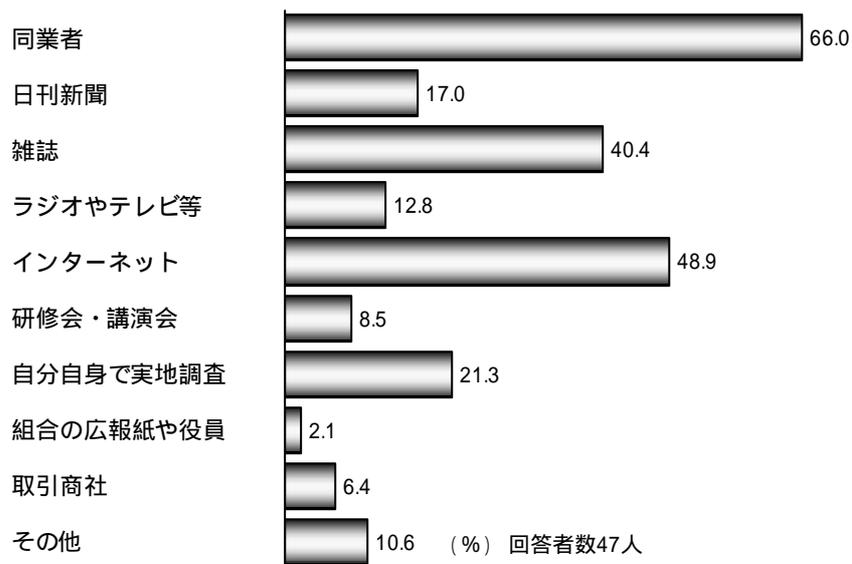
問7 他のお店の商品メニューやサービスなどで、今後参考にしたいものがありますか。



「各項目」の主な内容

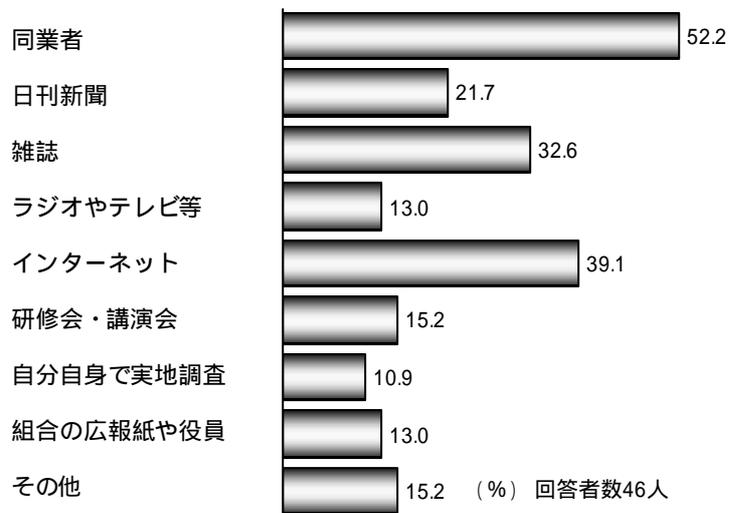
- (1) 商品メニュー (インターネット喫茶。飲食メニュー)
- (2) 価格 (なし)
- (3) サービス (なし)
- (4) お店の雰囲気 (客室改装の参考にしたい。)
- (5) その他 (月替わり定食を出している。)

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
(関連会社。グループ会社。ネット関連取引先)

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
(関連会社。東京都、市役所。グループ会社。自身で直接。商工会)

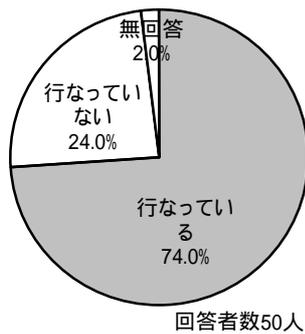
(3) IT(情報技術)の対応

- 1) ITへの対応は、「行なっている」が74%、「行なっていない」が24%である。組合員より対応している割合が少し低い。
- 2) 具体的なIT化の内容は「ホームページでPR」が97%と最も多い。次いで「携帯電話を含むインターネット上のお店の受注・予約システムを導入」が51%、「パソコンで経理や経営分析」「顧客管理」が49%である。
- 3) ITの効果としては、「お客様の増加」が57%と圧倒的に多く、次いで「情報が得やすくなった」が43%、「経営・事務処理が効率的にできる」が35%である。
- 4) IT化を進めるための障害は、「パソコンの操作や入力に時間がかかる」が27%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25%、「パソコンが理解できない」「パソコンの値段が高い」が続く。

<課題>

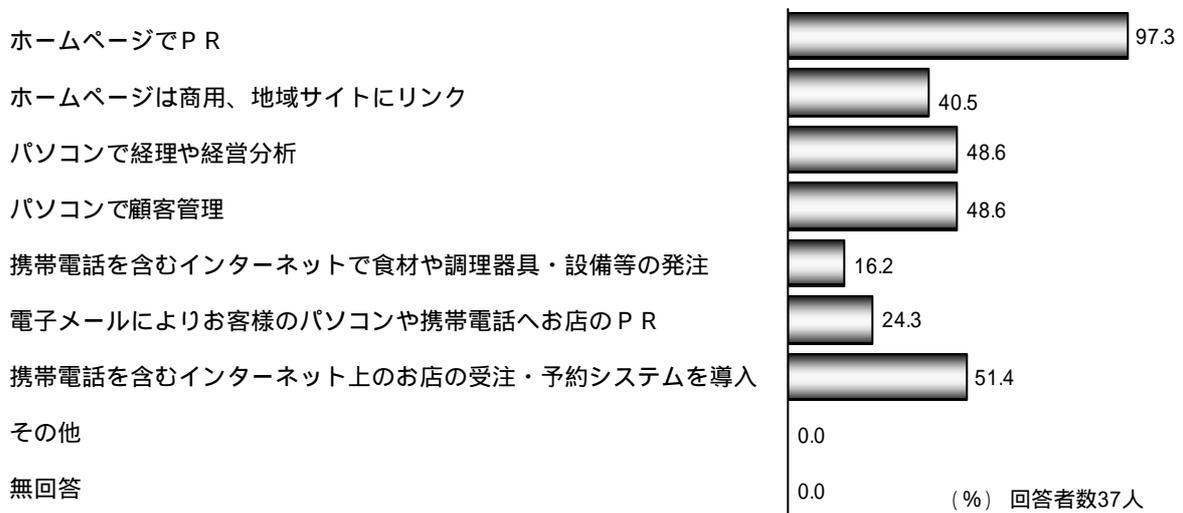
ITの導入が進んでいる業種である。ホームページで提供される情報内容が顧客ニーズに合致しているかを常に把握しながら、経営に効率よく反映させることが課題と考えられる。

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。

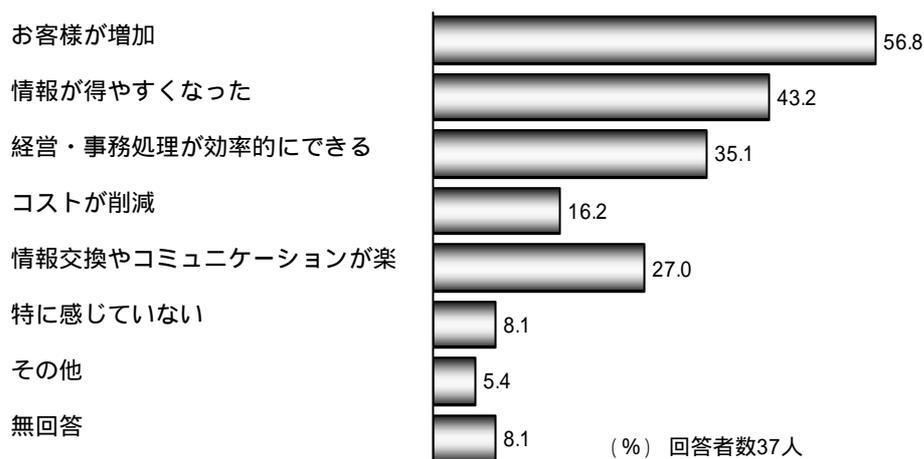


問 10 - 1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。

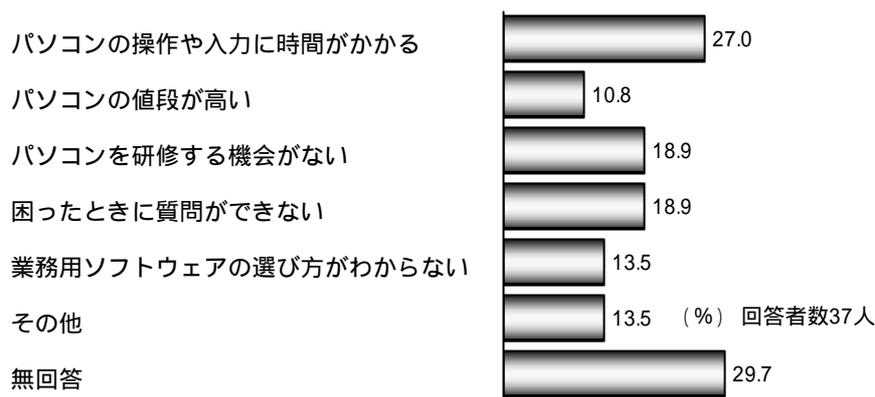


イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。



*「その他」の主な内容
(当たり前と感じている。対応準備中)

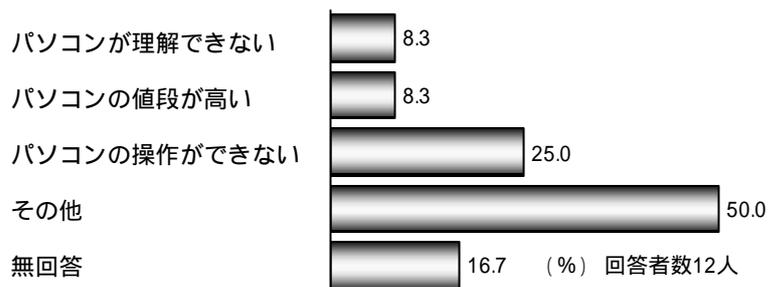
ウ IT化を更に進めるため、障害となっていることがありますか。



*「その他」の主な内容
(人材不足。自分ではやらずに従業員が利用)

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

(市場関連の宿泊施設なので必要がない。公共施設のため宣伝はしない。本社の意向。ホームレス救済の一貫として役所の紹介が多いため。客層がITと合わない。元々設置していない。)

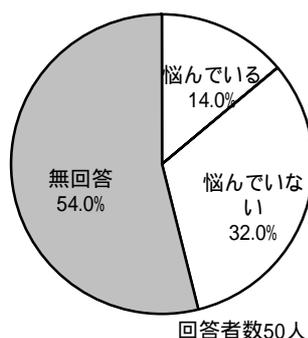
(4) 後継者問題

- 1) 後継者問題は「悩んでいる」が14%、「悩んでいない」が32%である。
- 2) 悩んでいる理由は、「子供は、あとを継がない」が28%、「子供がいない」「子供は既に別の仕事」「店を継ぐが、違う分野の店に」「子供以外の後継者もない」が14%で同率である。
- 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」「子供が後継者になる予定である」がそれぞれ25%である。

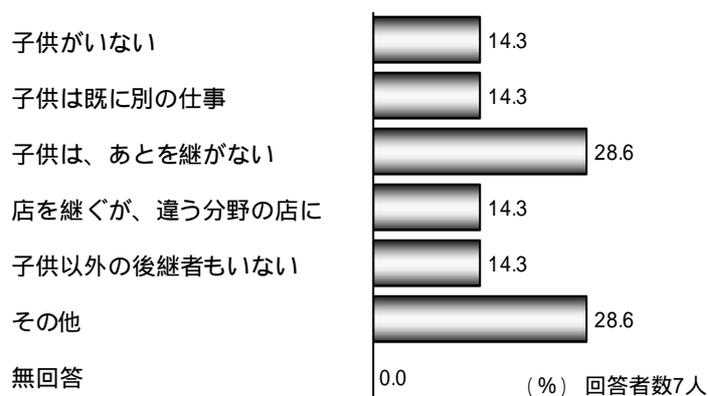
<課題>

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、業界全体としての検討課題でもある。Web サイト上で事例を紹介することは、組合活動の広報効果にもつながると考えられる。

問 11 経営形態が、個人経営の方にお伺いします。後継者の問題で悩んでいますか。



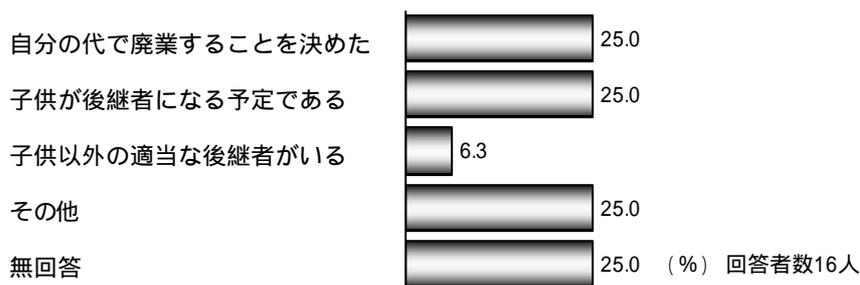
問 11 - 1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(姪の子がやる。後継者の相性が合わない。)

問 11 - 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

(企業体経営のため担当者間で引き継ぐ。チェーン店のため。業界そのものの限界)

(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58%、「大手資本やチェーン店の進出」が39%、「周辺地域開発の影響」が12%である。

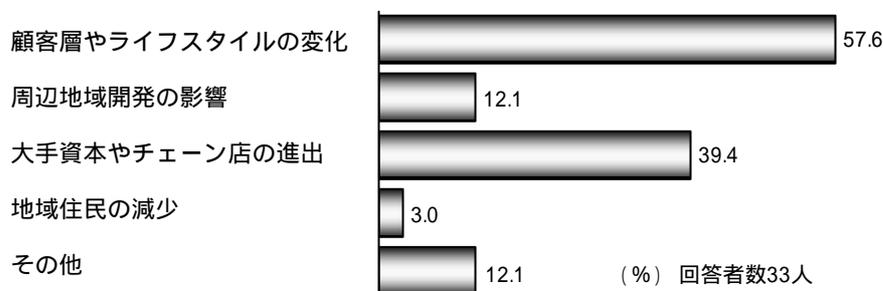
2) 他業種との連携を「検討していない」は、62%で、「検討している」は16%である。

3) 他業種との連携を検討している対象は、サービス業が63%となっている。

< 課題 >

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課題と考えられる。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。

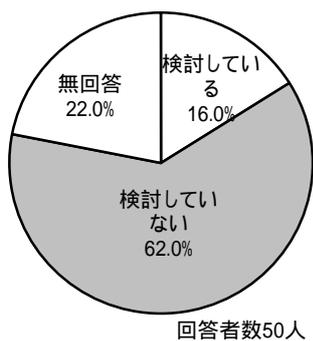
問 12 経営状態が厳しいとお考えの場合、その原因はどのような環境の変化でしょうか。



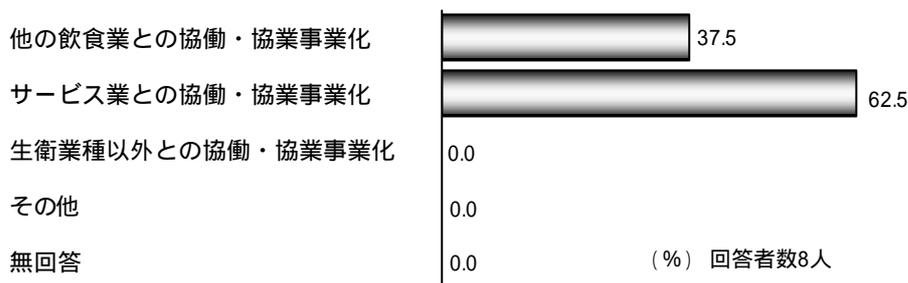
*「その他」の主な内容

(周辺地域開発の影響がないため。少子化による市場の縮小。顧客となる建設業の仕事が少なくなった。子供も少なくなった。他のホテルとの差別化がされていない。自社の責任である。)

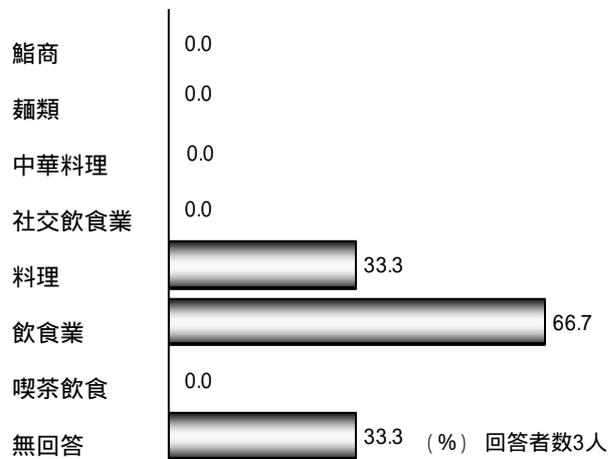
問 13 将来的に、営業形態として他業種との協働・協業化を検討されていますか。



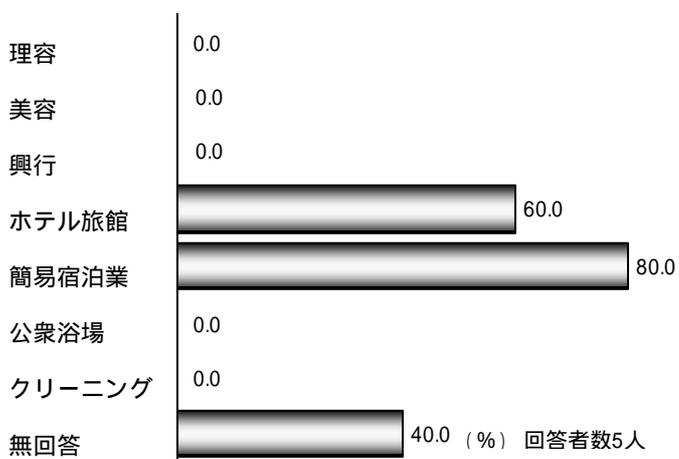
「検討している」をお選びの方へ 【複数回答可】



問 13-1 他飲食業との協働・協業化



問 13-2 サービス業との協働・協業化



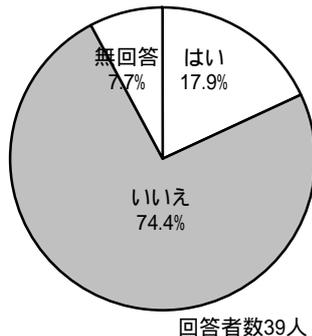
(6) その他

1) 繁華街での環境問題で「経営への悪影響を感じる」が18%、「感じない」が74%である。

<課題>

環境問題による経営への悪影響の解消は、非組合員が抱える問題であっても、行政や地域コミュニティと協調しながら引き続き取り組むべき課題である。

問 14 いわゆる「迷惑防止条例」の改正後、繁華街での環境浄化が進んできていますが、現在営業上の環境問題で、経営への悪影響を感じることがありますか。



「はい」をお選びの方へ、どのような問題が発生していますか。

- ・近隣の呼び込み、看板、カラオケの騒音
- ・客引きが多く、迷惑である。
- ・法令を拡大解釈している。

(7) 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。

- ・お客さんが少ない。低価格志向
- ・景気が悪いとのTV等の風評からか、客数が減っている。
- ・人手不足、人材確保、従業員の質的低下
- ・当事業所に適材の人材がいない。働く時間が少ない、日数が少ない。
- ・会社の雇用形態、福利厚生が完備出来ないため良い人材が固定化しない。
- ・従業員の質と周囲の環境。駅側なので風俗店が多く、邪魔である。
- ・低価格で高サービスを要求される。どこまで対応できるか不安である。
- ・お客様のニーズをどうとらえるか難しい。消費者ニーズの高度化
- ・飲酒運転による客数の減少
- ・融資が受けられないので思い切った改装等の設備投資ができない。
- ・跡継ぎは、利益があまりでないので喜んでやると言わない。継ぐかどうか心配である。
- ・原油価格高騰の影響で車客が減少

イ 生活衛生同業組合への要望

- ・警察との連携を強くしたい。
- ・各業界の再編により、生活衛生同業組合への加入により地域の環境衛生協会を退会する業態があるが、いかがなものか。同業組合より極力地域の協会に残籍するようご指導願いたい。
- ・積極的な組合活動をしてほしい。

6 クリーニング生活衛生同業組合員

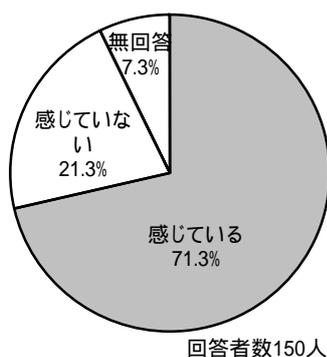
(1) 生活衛生同業組合への加入関係

- 1) 組合への加入に「メリットを感じている」組合員は71%であり、その理由は「様々な情報源」が最も多く79%、「各種の共済制度」「各種研修会に参加」が上位である。
- 2) 組合員の減少理由は、「後継者がいない」が68%で最も多く、以下「経営がきびしい」「加入のメリットが少ない」「組合活動に関心がない」の順である。
- 3) 組合員を増やす方策としては、「組合の存在感を訴える行事」が最も多く47%、以下「景気の回復による個人消費の伸び」「行政による組合加入の奨励」「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。

< 課題 >

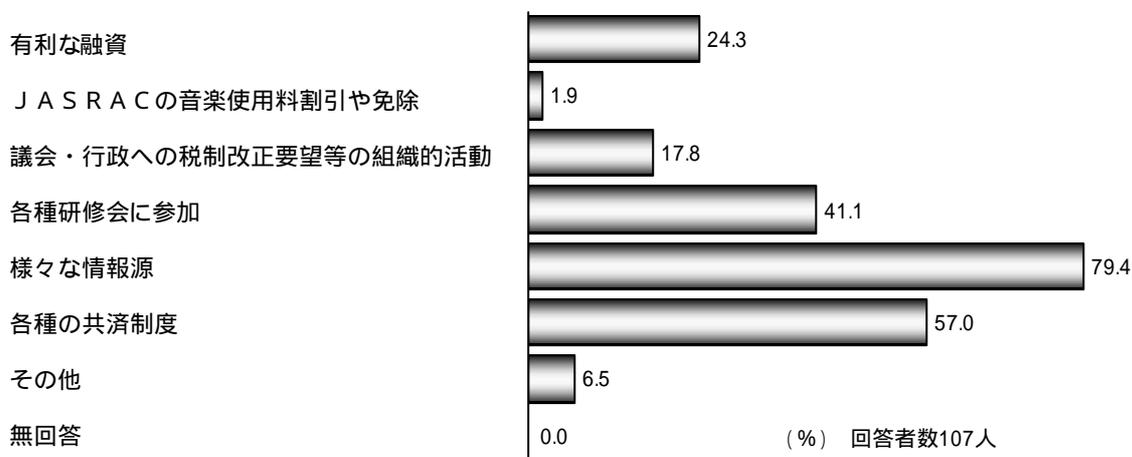
組合員の増加のために、後継者対策と加入メリットの打ち出しは組合として取り組むべき優先課題であり、行事や各種研修会の実施、広報活動の充実など組合の存在感をアピールすることも重要である。

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。



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

(仕事上の友人が出来る。相互共助等が出来る。事故品を見る勉強ができる。仲間としての集いができる。ラジオの宣伝、ポスター。商売上のアドバイスや仲間意識によるコミュニケーション。公的信頼度がある。)

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。

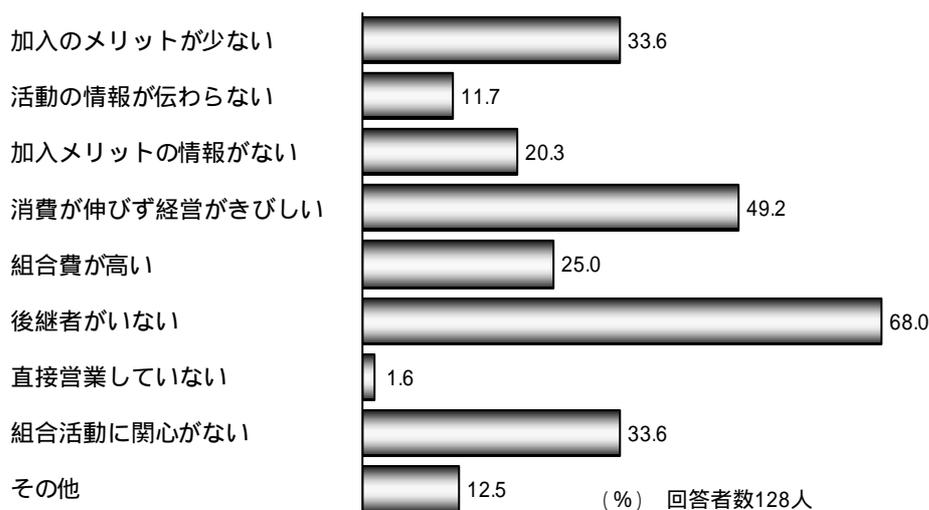
- ・各事業者には行政に参加して随時事業情報が得られるとよい。
- ・火災共助、共同購入、イベント
- ・火災保険やクリーニング保険
- ・組合会費の問題
- ・組合集会での情報及び共済共助。共済制度がある。
- ・ライバルだが横のつながりもある。しみ抜き、接客のこと
- ・葬式等の際お手伝いしてくれる。
- ・業界の情報を早く知ることができる。組合情報がわかる。
- ・全国及び世界的な情報が得られる。
- ・組合に出ることで色々勉強になる。
- ・個人ではどうしようもない要望を団体として実現できる。
- ・顧客とのトラブル、紛失、賠償などの解決に役立つ。
- ・トラブル時にアパレルメーカーと交渉する場合にスムーズに話ができる。
- ・同業者の友人ができる。多くの人達との交流ができる。
- ・仕事仲間楽しい旅行、問題点などの話ができる。
- ・人との出会いによるメリット
- ・支部内に仲間ができる。月に1回常会を催す。
- ・同業者とのつながりができる。月に1回は会合をする。

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。

- ・公的優遇、関係団体への強い発言力
- ・情報と保障
- ・意見交換
- ・非組合員との行政からのプレッシャー、圧力の違い
- ・経営に関するコンサルタント、融資制度(簡単に)
- ・営業上のメリット
- ・加入のメリットのわかりやすさ
- ・組合加入のメリットがない。
- ・メリットが曖昧
- ・組合費が高い。
- ・社会に認識されてないので、業界だけである。
- ・支出の金額が多すぎる感じがする。

問2 組合員数が全般的に減少傾向にあります。その原因はどこにあるとお考えですか。

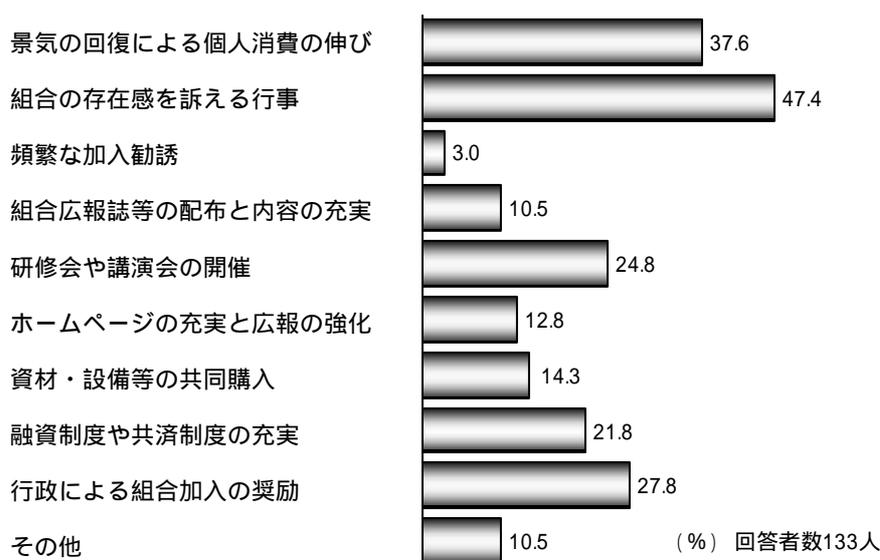
【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(ブランド戦略につける。組合員は高いサービスと技術が得られ、それを顧客に提供し、顧客のブランド意識を育てる。クリーニング業は労働がきつい。高齢になり止める人が多い。経営者個人の自覚が必要。プロとして努力しない方の脱退が多いと支部の役員で集金などしているとよく聞くことが多い。組合員と非組合員とを行政がしっかりした対応をしてきていない。もっと非組合員に厳しく監視をしてほしい。店を出している人はみんな組合に入るべき。組合が世間に認知されて無く意味がない。低料金のコンビニの進出、客の苦情と弁償問題等。高収入への願望を持つ、家族の労働の軽減を意識させる。商売熱心でない、能力がない。不景気。景気が悪いとのTV等の風評からか、客数が減っている。)

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

(全ての組合員のオープンな姿勢。行政へのアピールやアパレルメーカーへの影響力の増加。組合員は儲かるという実感。組合員を減らさないことを第一に考えるべきだと思う。法律上の制約はやむを得ないが、サービス業としての経営判断を主眼とした組織作りではないので、減少はやむを得ない。高齢化もある。後継者の育成、青年部会等の問題解決。非組合員が増えていると思えない。融資制度等の事務局による手続きの実行。取次店の増加による持ち込みが少ない。共助は問題あり。組合自体のPRを世間に広める。組合加入のメリットがあることで非組合員との差別化を図る。行政上の優位性。消費者へのアピール。行政による優遇税制など直接的メリット)

問2-問3のクロス集計

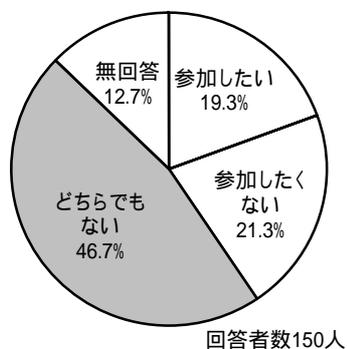
- 1)「組合員が減っている原因」の回答と、「組合員を増やすにはどのような方策があるのか」の回答とをクロス集計した。
- 2) 組合員の減少原因を「後継者がいない」としている回答者は、増加策として「組合の存在感を訴える行事」がトップで、「景気の回復」「研修会や講演会の開催」「行政による組合加入の奨励」が続いている。
- 3) 同じく「経営がきびしい」との回答者は、「景気の回復」が50%を超え、「組合の存在感を訴える行事」「研修会や講演会の開催」も35%近くがあげている。
- 4)「加入のメリットが少ない」としている回答者は、増加策として「組合の存在感を訴える行事」がトップで、「景気の回復」「行政による組合加入の奨励」が続いている。
- 5)「組合活動に関心がない」との回答者は、「組合の存在感を訴える行事」がトップで、「研修会や講演会の開催」「景気の回復」をあげている。

<課題>

組合員の減少を防ぐためには、加入メリットの情報がない、加入のメリットが少ないとの声に応えることが課題である。組合員のニーズを理解し、役立つ経営情報を発信し、研修会や講演会を開催するなどの組合の存在感を訴える行事がポイントである。クリーニング業界が抱えた小規模・家族経営、高齢化や後継者不足などの現状課題にも対応した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	業務に必要な資材・設備等の共同購入	融資制度や共済制度の充実	行政による組合加入の奨励	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	43	34.9	46.5	0.0	11.6	25.6	16.3	14.0	27.9	30.2	11.6
	活動の情報が伝わらない	15	33.3	86.7	13.3	20.0	33.3	20.0	6.7	26.7	20.0	13.3
	加入メリットの情報が無い	26	38.5	57.7	0.0	19.2	34.6	15.4	19.2	30.8	26.9	7.7
	経営がきびしい	63	52.4	36.5	3.2	9.5	34.9	15.9	14.3	17.5	25.4	7.9
	組合費が高い	32	40.6	43.8	3.1	12.5	31.3	18.8	12.5	15.6	12.5	3.1
	後継者がいない	87	39.1	40.2	3.4	9.2	26.4	12.6	11.5	21.8	26.4	10.3
	直接営業していない	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	組合活動に関心がない	43	32.6	67.4	4.7	9.3	37.2	14.0	9.3	23.3	25.6	9.3
	その他	16	18.8	25.0	0.0	12.5	37.5	12.5	6.3	6.3	37.5	31.3

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。



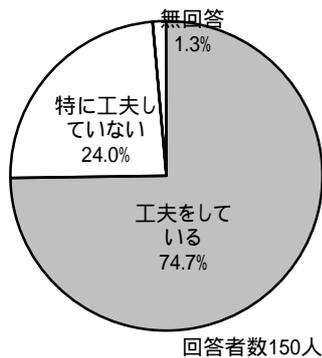
(2) 営業向上の取り組み

- 1) お客様を獲得するために「工夫をしている」組合員が75%近くあり、その内容は「スタンプサービス」が最も多く49%、以下「お客様のニーズへの対応」「店を改装」「商店街等で共同イベントを実施」などが上位である。
- 2) 他のお店を参考にしたいものは「お店の雰囲気」が48%と最も多く、「サービス」が43%と続く。
- 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61%と最も多いが、「研修会・講演会」「組合広報誌」がそれに続いている。

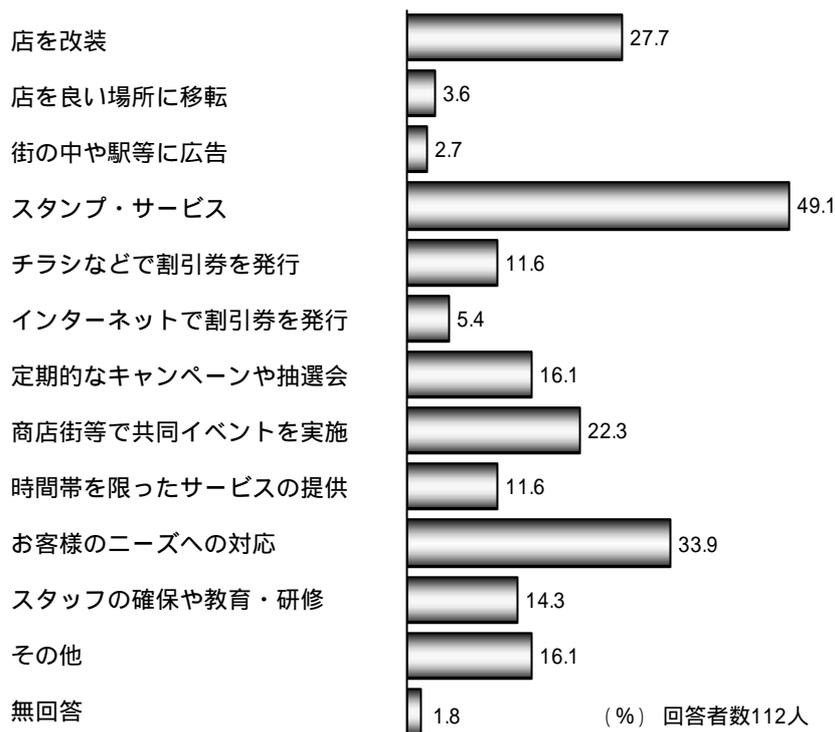
<課題>

お店の雰囲気とサービスの向上が営業的な課題と考えられる。なお、商品メニューと価格については、限界点に近いではないか。特に価格は、正に「乾いたタオルを絞る」ような経営努力が行われていることが伺える。お店の雰囲気としては、清潔感と明るさが誘客のポイントであろう。サービス内容は、お客様のニーズを理解しその満足度を把握すること、商品知識と技術を向上することが挙げられる。なお、近隣を中心にした商圈の確保が絶対条件であり、近隣のお得意様には、スタンプ・ポイントによる割引サービスやホームページからの集配予約なども検討課題と考えられる。

問5 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。



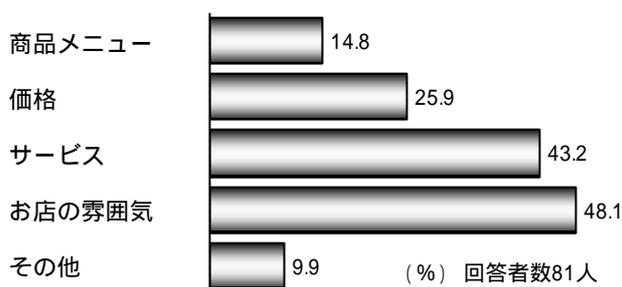
「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(固定客の近所訪問による新規獲得。訪問による営業活動。固定客による口コミ。お客様のニーズに100%応じるようにしている。お客様への対応を向上すること。今までの経験を生かした仕事を心がけ、状況説明をする。お客様の喜ぶことをすれば必ず良くなる。他店では出来ないサービスをする。高付加価値の追求。クオリティの高い商品の提供に心がけている。年中無休(利便性) お客の要望で早朝に店を開けている。夜間の集配を実施。誕生日プレゼント。しみ抜きや毛玉取り等のサービス、技術の向上のための勉強。毎週水曜日に割引サービスを実施。雑誌に広告を出している。バス停やバス車中の放送広告。1年前からタウンページによる広告。インターネットで広報活動。インターネット利用。)

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。

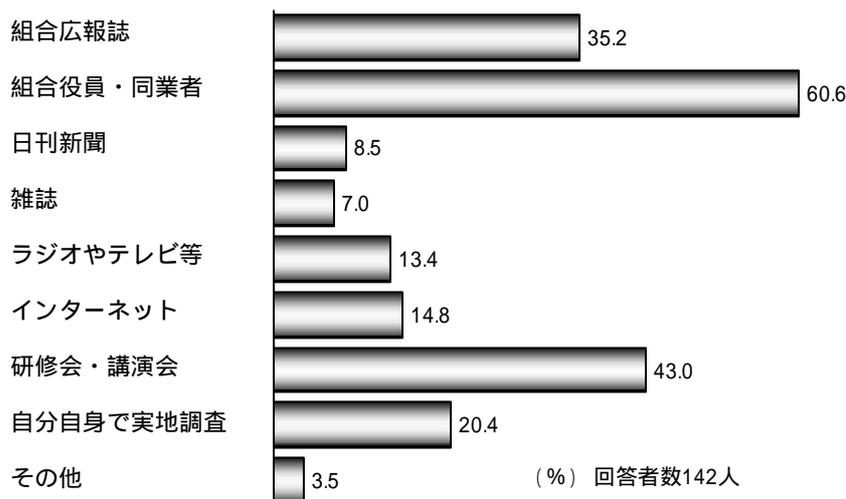


「各項目」の主な内容

- (1) 商品メニュー (Yシャツの完全手仕上げ。しみ抜き。季節にあったクリーニングでサービス料金を設定。各種加工品。お直しや修繕)
- (2) 価格 (付加価値による一点単価の向上。他店料金が気になる。非組合員の低価格攻勢の中で自店独自の価格設定。リネンの価格。高い店の価格参考)

- (3) サービス (お客様個々の要求に対応。自店アピールの強化。しみ抜き。商品知識の向上。ホームページからの集配サービス。配達をお客様に合わせる。ポイントカードやスタンプサービス導入。技術の向上。お客様1人1人の意見反映。良心的な対応)
- (4) お店の雰囲気(良くしたい。とにかく雰囲気が大切。新しい形の日本のクリーニング。簡単に出来る店内改装。整理され、清潔感と明るさのある店舗。)
- (5) その他 (良い仕事をして高料金を取る。ハンガーのリサイクル。エコロジー)

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】



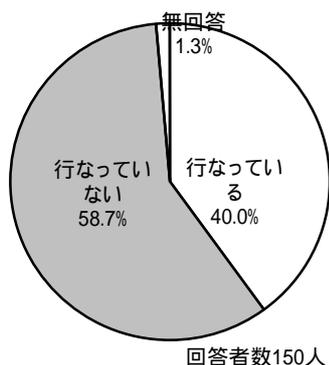
*「その他」の主な内容

(地方新聞記事。他県の業者の情報等。自分で加入しているクリーニング研究グループ)

(3) IT (情報技術) の対応

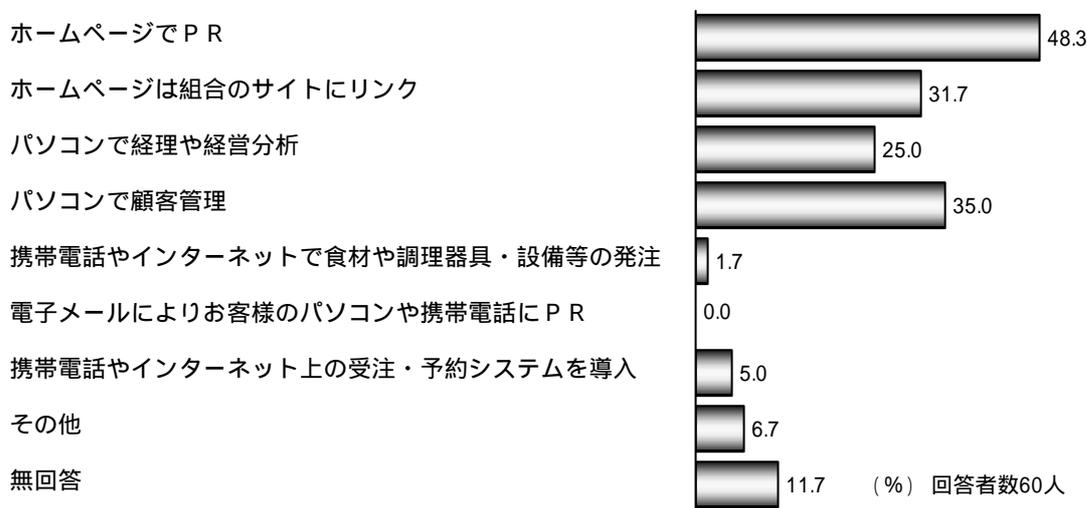
- 1) ITへの対応を「行なっている」のは40%、「行なっていない」は59%である。
 - 2) ITへの対応をしている場合の具体的内容は、「ホームページでPR」が最も多く48%、次いで「顧客管理」「ホームページは組合のサイトへリンク」「パソコンで経理や経営分析」が続く。
 - 3) ITの効果として感じているのは、「経営・事務処理が効率的にできる」が最も多く38%、次いで「情報が得やすくなった」が25%となっている。
 - 4) IT化を更に進めるのに障害となっているのは、「パソコンの操作や入力に時間がかかる」が32%と最も多く、「パソコンの値段が高い」「パソコンを研修する機会がない」が続く。
 - 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60%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63%で、「知らない」が23%である。パソコン出張サポートを「知っている」が41%で、「知らない」が37%である。これら事業の実施は「組合の広報誌・チラシ」「組合役員・同業者」より情報を得ている。
- <課題>
- 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。特に効果のあった他店の成功事例に倣うことも課題である。

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。



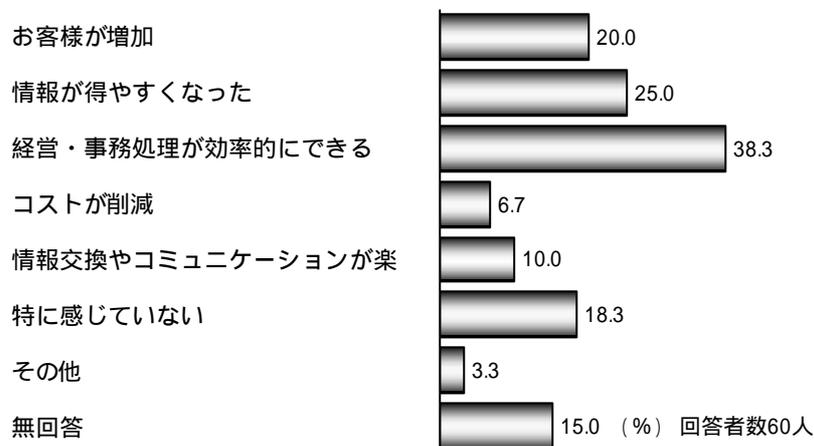
問8 - 1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。



*「その他」の主な内容
(インターネットタウンページ。レジでの情報。お客様の口コミ)

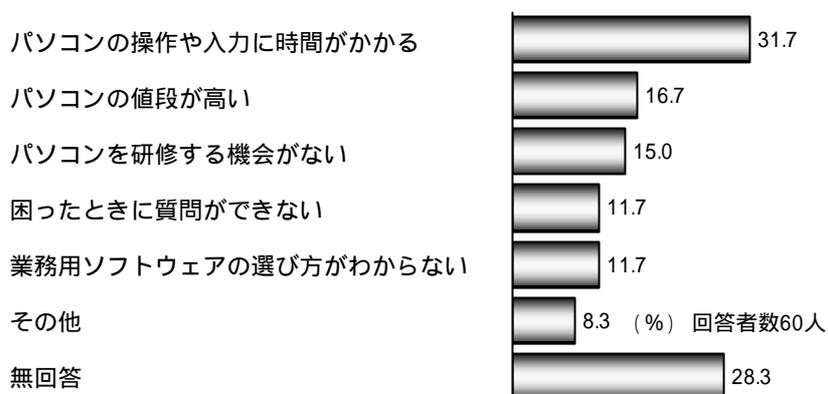
イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。



*「その他」の主な内容

(駅が近いせいかホームページで当店と言う客がいる。思いもよらぬ客の獲得。)

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。

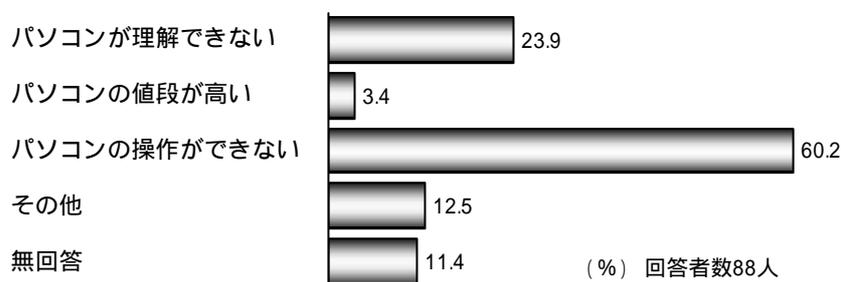


*「その他」の主な内容

(別に問題ない。料金の問い合わせがあるが来店してくれた。営業外交には役に立たない。税務申告は商工会議所指導でパソコンを使用している。親の理解がない。色々なことが出来る半面、やらなくてはと言う強迫観念にとらわれて、かえって仕事が増える。)

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。

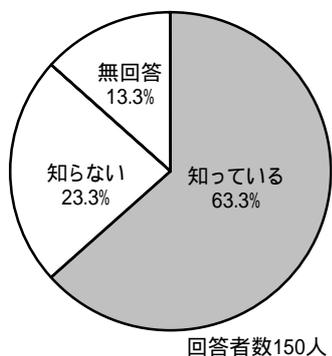


*「その他」の内容

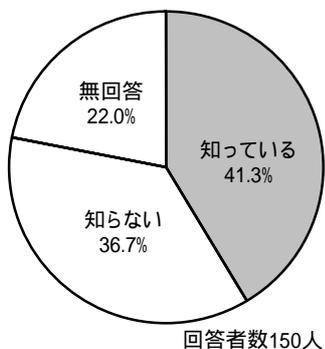
(パソコンがない。地域が狭くネットによる広範囲に対応できない。必要なし。そういう業種ではない。興味がない。暇とお金がない。パソコンはできるがやる気がない。広域に広げても自店が小さすぎる。500m から 1 km 範囲が商圈だから。これからやる。組合のホームページではあまり期待できないので。)

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、また無料のパソコン出張サポートを行なっていますが、ご存知でしょうか。

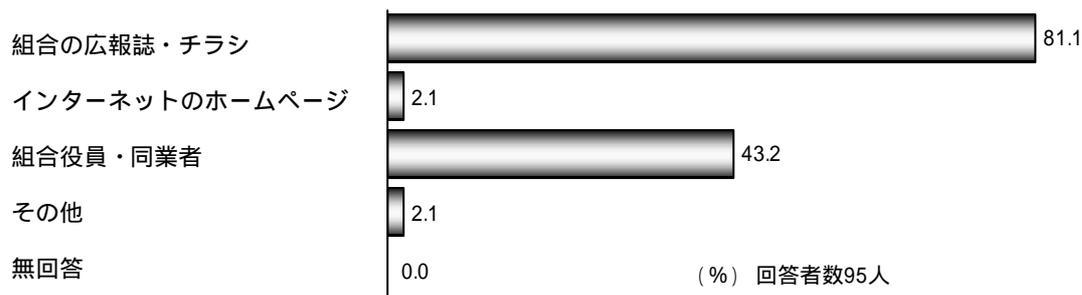
ア パソコン研修会



イ パソコン出張サポート



「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】



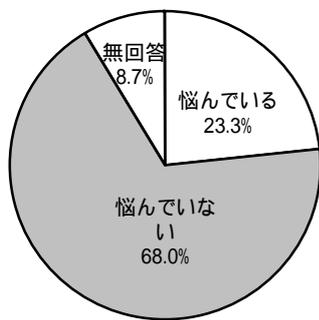
(4) 後継者問題

- 1) 継者問題で「悩んでいる」が23%で、「悩んでいない」が68%である。
- 2) 悩んでいる理由は、「子供は既に別の仕事」が49%、「子供は、あとを継がない」29%、「子供以外の後継者もない」が23%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」が49%、「子供が後継者になる予定である」が36%である。

<課題>

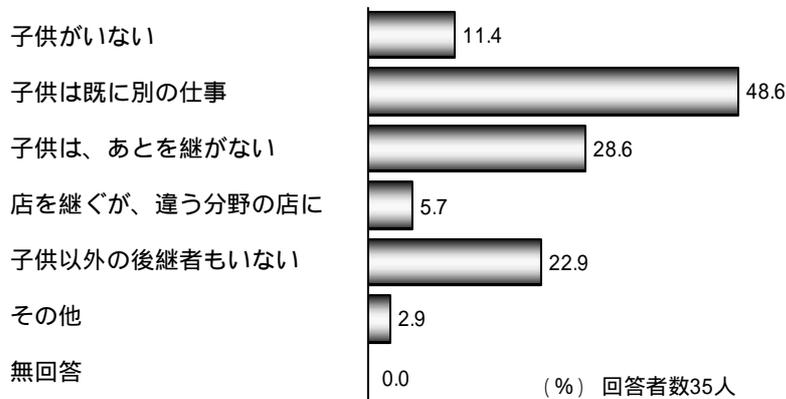
後継者問題の背景を分析することが課題である。経営者が変わることで、お店が再生できるのであれば、組合主導の仲介も検討すべきと考えられる。

問10 経営形態が、個人経営の方にお伺いします。後継者の問題で悩んでいますか。



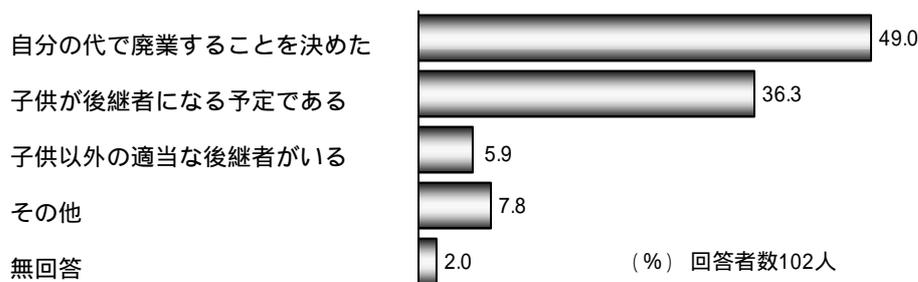
回答者数150人

問10-1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】



(%) 回答者数35人

問10-2 「悩んでいない」をお選びの方へ 【複数回答可】



(%) 回答者数102人

*「その他」の主な内容

(後継者問題のような数年先のことは考えない。子供が継いでいる。考えていない。子供が継げばよいし、継がなければそれもよし。クリーニング業の将来を考えると不安で継がせてよかったか、悪かったか。子供が後継者である。後継者あり。子供はまだ小さいので。)

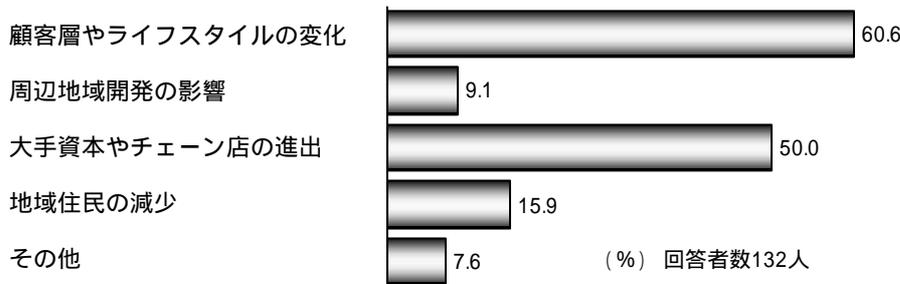
(5) 他業種との関係

- 1) 経営状態が厳しくなった環境変化の原因は「顧客層やライフスタイルの変化」が61%で最も多く、「大手資本やチェーン店の進出」が50%である。
- 2) 他業種との連携を検討しているのは3%に過ぎない。
- 3) 他業種との連携を検討している内容は、「サービス業との協働・協業事業化」が60%である。

<課題>

商圈内のお客様をターゲットに、お店の個性と地域の「好縁」を見直し、核家族化や高齢化を踏まえた生き残り戦略が検討課題と考えられる。

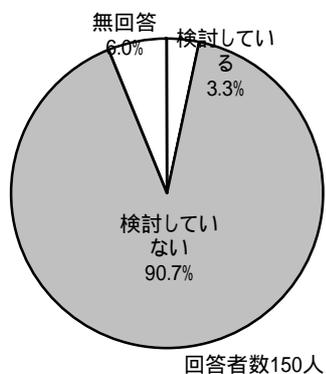
問11 経営状態が厳しいとお考えの場合、その原因はどのような環境の変化でしょうか。



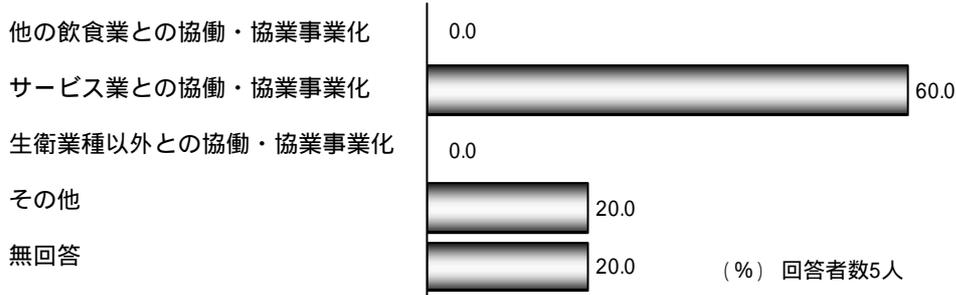
*「その他」の主な内容

(社会保障の不備、不安。国庫に入る金が非効率に使われている。多くの国民はそれを良く理解している。チェーン店の料金の安さ。給料を上げられない。洋服購入単価が安いのでクリーニングに出さない風潮。当業界での個人商店の減少。退職者が多く、クリーニングの需要がへってきた。団塊の世代の退職。環境問題や設備のコストの増大。原油の高騰)

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】

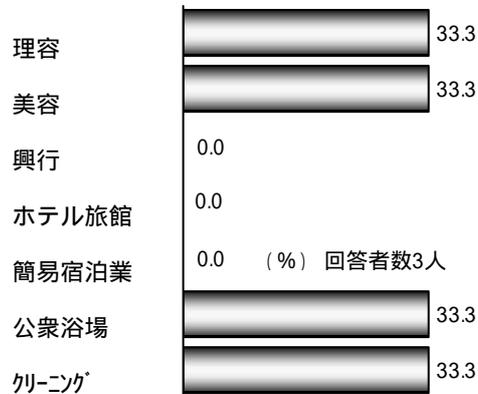


*「その他」の主な内容
(レンタル会社の下請け)

問 12-1 他の飲食業との協働・協業化

回答者数 0人

問 12-2 サービス業との協働・協業化



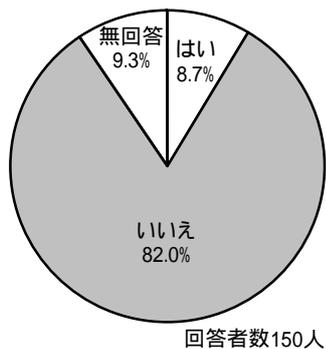
(6) その他

1) 繁華街での環境問題で「経営への悪影響を感じる」が9%、「感じない」が82%である。

<課題>

「迷惑防止条例」への回答ではないが、地域環境へ与える影響があるのであれば、騒音や振動対策を組合の問題と捉える意識が必要である。

問 13 いわゆる「迷惑防止条例」の改正後、繁華街での環境浄化が進んできていますが、現在営業上の環境問題で、経営への悪影響を感じることがありますか。



「はい」をお選びの方へ、どのような問題が発生していますか。

- ・近隣との振動、騒音の問題。もっと良い機械が出来ればやる気が出るが、今のままではやる気がない。臭い、騒音に対する苦情に困っている。
- ・色々な排出物処理に費用が掛かりすぎである。
- ・地域社会と安全と安心のために努力、協力する。
- ・余計な金額が定期的に発生し、それでなくとも厳しい経営を圧迫している。
- ・看板、シートの問題
- ・駐車違反の取り締まりが厳しく、お客様に不便をかけすぎである。
- ・外交中に駐車できない。

(7) 組合の広報活動

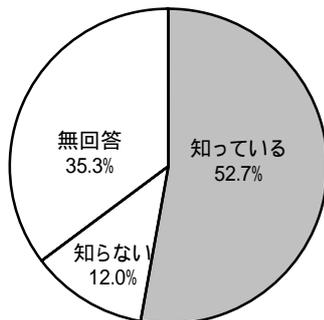
1) 組合ホームページのお客様向けサイトは、「知っている」が53%、「知らない」が12%である。

<課題>

広報手段としてもホームページによる情報発信は今後も浸透すると考えられる。内容の充実、組合員とお客様との双方向のコミュニケーションのあり方が課題である。

問 14 組合ホームページのお客様向けのサイト「クリーニング店検索：

<http://www.tokyo929.or.jp/shops/>」をご存じですか。



回答者数150人

(8) 生活衛生同業組合への要望(自由記述)

- ・組合執行部は組合員の方を見忘れ、組織のことだけを考えていると思われる。組合員の離れていく組織にメリットも力もない。行政の力を借り二人三脚で組織率をあげることが大切。組織率が上がればそこにメリットも魅力も出てくる。
- ・組合本部役員の若返り。10年先が考えられない様に思える。10年後には組合はなくなっているかもしれない。
- ・組織の軽量化を目指して支部数の減少を。9つのブロックで十分ではないか。
- ・何を中心に組織を運営するかが大事である。法律上の制約や今までの通達から経営中心の組織にならない。現実にはサバイバルをかけた戦いである。お客様に支援されるサービスが提供できるか否かが問われている。
- ・組合の役員だが、賦課金や共助共済金の減少のため値上げの時は計画的に早めに組合員に知らせたい。一般の組合員は組合の「本部便り」新聞を見ない人が多いと聞いている。
- ・しみ抜きや手仕上げ技術の講習会をもっと多くしてもらいたい。しみ抜きの技術のDVDを作成してほしい。

- ・40年間加入しているが、メリットが少ない、年々組合員の減少のため共済金の減額、また現在にあった経営指導がない、チェーン店の安値に対応できない。顧客のニーズが様変わりしたことに組合としての指導がないので、仲間も殆ど退会したいと思っている。年に6回ほど会合を開き、技術情報交換をしている。
- ・名義人が総代、支部長以上の役についているが、二代目、三代目が組合活動を行いつつある。名義人が名義を譲らない限り今後の組合運営及び活動に支障を来す。名義人の後継者を届け出により総代等の資格を与えられるよう臨時総会を開き、規約の改定をしてはどうか。
- ・お互い出来るサービス券、料金、施設のサービスの拡充をして同業組合の意識を上げて行くべきではないか
- ・組合のスリム化。無駄な事業の廃止。理事の人数は今の半分で。収入の範囲内の事業をする。
- ・組合本部役員が多さに驚いている。現在の2/3には絞れると考える。組合創立時の組織は時代に合っていない。組合員数からいっても減らすべきである。
- ・組織強化による、組合員に思いやりのある組合運営を望む。
- ・販売促進、ドライ溶液剤の勉強、10年後のクリーニング業の見通し、そのための準備の勉強を組合に期待する。高級ブランド品や新素材の洗い、仕上げについての技術講習会も希望する。
- ・組合に入ってもメリットが少ないので脱退者が多く出る。組合員の高齢化にもよるが組合本部も何とか歯止めをかける方法を考えて欲しい。クリーニング師の3年に一度の更新に対する罰則が無い。これでは真面目に更新をしている人はバカを見る気がする。
- ・住宅地、商業地域の住人のクリーニングに対する意識はどうなのか(例えば、単なる家事代行かファッションメンテナンスを望んでいるか)。今後どういう風に業態を変化させたらよいのか。
- ・組合の信頼度を高めるための顧客への講演会。クリーニングとは何か、クリーニングをする事によるメリットを宣伝することが必要である。
- ・役員になると会合等に出ることが多すぎる。
- ・支部長会をブロック単位とする。ブロック長は支部長とする。ブロック長と理事の会合をする。
- ・組合員減少に伴い本部、支部を簡素化して質の高い活動が要求される。インターネットを使い本部情報の提供をお願いする。
- ・組合からの情報発信だけを頼りにしている経営者の考え方を変えなくてはならない。待っているのではなく、情報をたくさん持っている組合本部等を利用したい。青年部があるのに親会(組合)が目を見ていない。組合執行部が上段から下りて最前線で仕事をしている青年達の生の声を聞く事が大切だ。そのためには役員会(理事会)を平日の昼間ではなく、日曜日の午後に、年に2、3回でも実施すると、青年部員の多くが参加でき、意見交換が出来る。暇の多い組合役員には新しい企画、事業等の展開は出来ない。30~50代の若い考えがなければ進展はおろか、崩壊の道しか残されていない。
- ・厳しい財政の中何かよいコンセプトを持って欲しい。例えば多くの衣料メーカーの品質を組合が保証できるシステムとか。一点一点を正確には調査して手数料を請求するとかかなりの財源が入ると思う。消費者のクリーニングへの関心と理解を深めるには、小学生頃から必要だと思う。組合がクリーニングの講師を養成し、各学校に派遣しクリーニングの実用性を教える。特に女子学生には必要である。
- ・昔のように組合活動を維持することは困難。必要に応じた活動を。「春のキャンペーン」や「ラジオでの宣伝」は意味があるのか。
- ・テレビ・ラジオの宣伝を少なくしたらよい。
- ・ホームページがあることを消費者が知らない。
- ・ポリ回収で具体的にどう回収するかを知りたい。もし回収になった場合、組合員に対して何らかのメリットがあればと思う。そういうことで非組合員との格差を付けていけば、圧力となり、組合加入の促進につながるのではないか。ポリ回収だけでなく、土壌汚染等の問題も同じである。
- ・土壌汚染について専門家を顧問として迎えること、知識のない弁護士を何人そろえてもだめだ。

- ・パソコン講習会やクリーニングと関係ない著名人の講演会。情報が末端まで伝わっていくようにしてほしい。各組合員に対し支部単位のパソコン教室・講習会等の実施を希望する。
- ・最近の講習会は人数限定が多く、参加を断られることがしばしばある。人気の講習会なら追加で講習会を開いてはと思う。
- ・研修会、講習会等に参加しても最後にどうしても欲しい情報が得られない。これを考えてもう少し頻繁に講習をしないと参加者が少ない。いつも同じメンバーになる。
- ・今後の経営に対する心配を究明して前向きに考えたいので、そのような講習会に行きたい
- ・お客様に対する対応とクレームの見分け方の情報がほしい。
- ・のぼりをもっと明るくしてほしい。今のは暗すぎて目立たないし、色がすぐ日にやける、見ただけでいやになる。有料ののぼりは色が明るくてよい。どうせお金を使うなら色数が少なくてもよいのでもっと目立つ色にして、クリーニング屋とわかるようにすべきである。
- ・一般的なマスコミ、ニュース等で情報を得ているので特に要望はない。

7 クリーニング非組合員

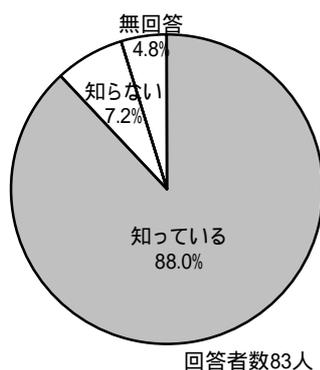
(1) 生活衛生同業組合への加入関係

- 1) 組合自体の存在については「知っている」が88%、その活動内容は「知っている」が49%、「知らない」が47%である。
- 2) 知っている活動内容は、「融資制度」「経営に関する情報提供」がそれぞれ56%で、「共済制度」「各種研修会の開催」がそれに続く。
- 3) 組合へ加入していない理由は、「加入のメリットが少ない」が46%で、次いで「加入メリットの情報がない」「組合活動に関心がない」「組合費が高い」が続く。
- 4) 組合加入の条件は、「景気の回復による個人消費の伸び」「組合の存在感をアピールする行事」が36%、「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。
- 5) 組合ホームページについては、「知らない」との回答が71%と周知不足である。

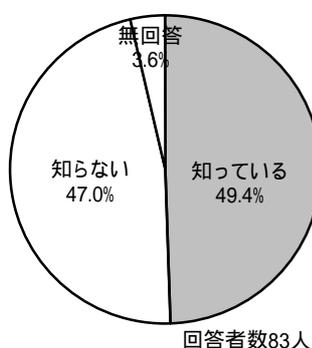
<課題>

非組合員への勧誘には、厳しい景況を理解し加入のメリットを真摯に伝えることが課題である。また、組合の存在感をアピールする行事として、有意義な研修会や講演会の開催が勧誘のポイントと考えられる。

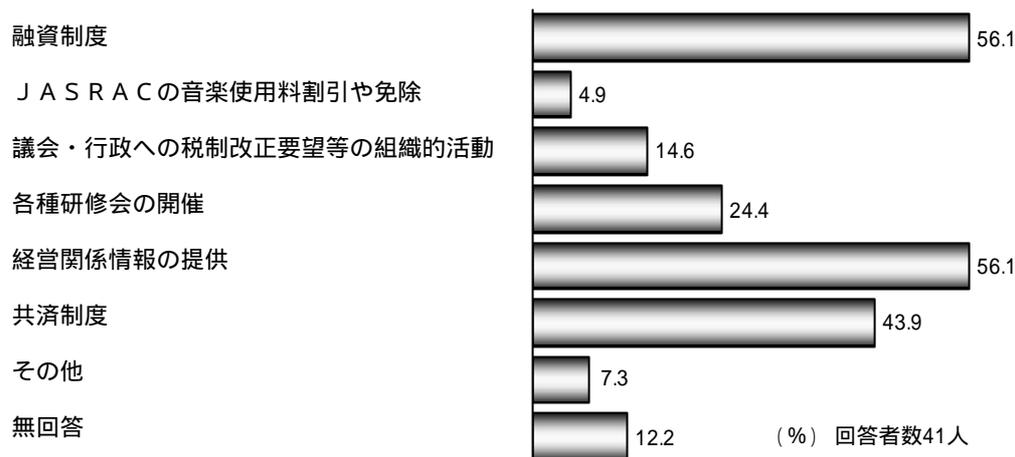
問1 飲食業やサービス業の事業者で組織する生活衛生同業組合がありますが、ご存じでしょうか。
(クリーニング営業では、東京都クリーニング生活衛生同業組合)



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。



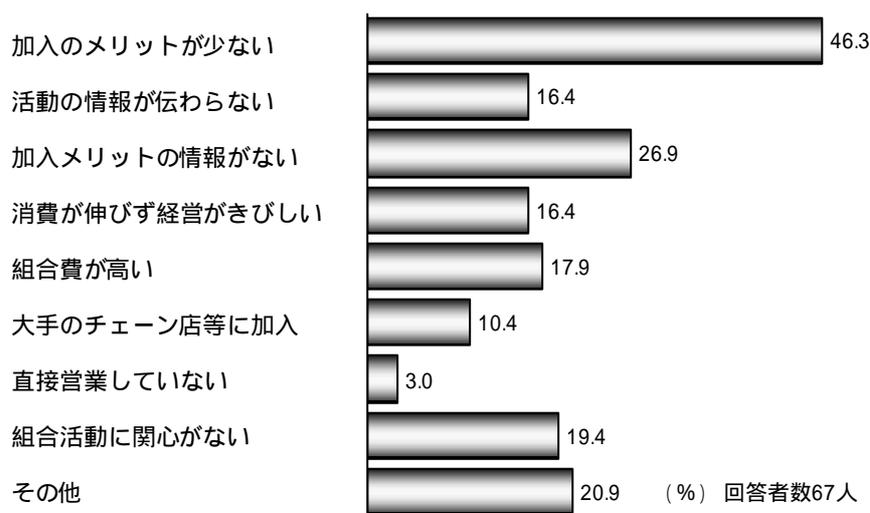
「知っている」をお選びの方へ、その内容をお選びください。 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(研修会。あることは知っているが内容は知らない。組合加盟していない。)

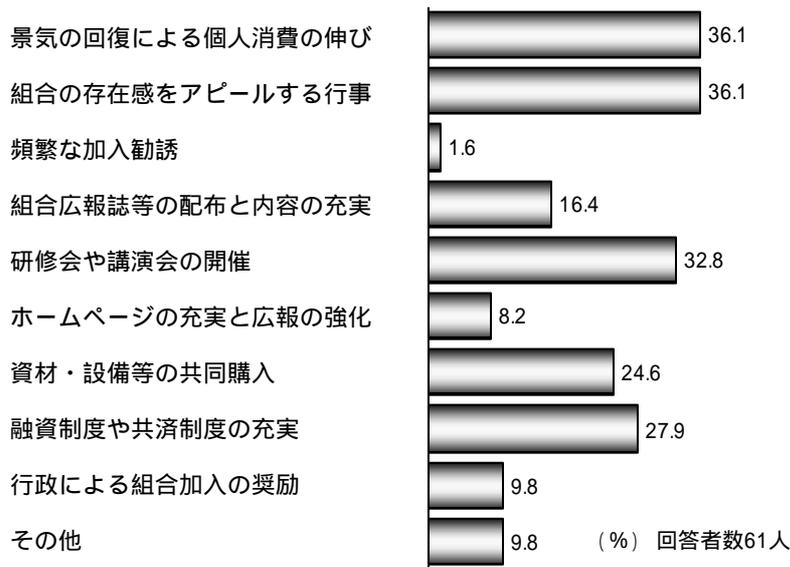
問3 同業組合へご加入されていない理由がございましたら、ご回答をお願いします。【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(取扱品目が婦人服、化粧品、雑貨のため対象外である。3月まで加入していたが退会した。現在チェーン店に参加している。意欲のある仲間と研究会を作っている。36年間加入していたが、人間関係で退会した。個人の研究会、月例会あり。組合に相談すると情報が他店に漏れ、営業に支障がある。青色申告会の支部副部長等の他の役職に就いている。取次店のため本店に一任。父の代で加入していないのそのままである。平成17年まで57年間環同組合に参加していたが会社は解散し、現在は個人店舗としている。この地域はクリーニング間の交流が一切なく、勧誘もない。)

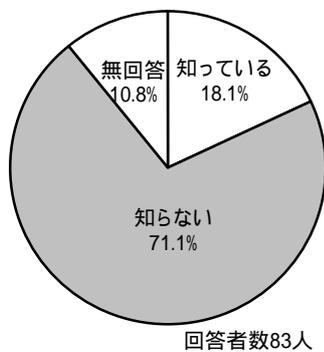
問4 同業組合へご加入されるとしたら、どのような条件が必要とお考えでしょうか。【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(人の顔色を窺いながら役員をやりたくない。加入する必要がない。組合に加入して元気な同業者を知らない。合えば経営不振の愚痴ばかり。非組合員で色々な経営努力をして元気な経営をしている業者が多いのは何故か。70才を超えいつまで続けられるかわからない。)

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。
(*)クリーニングでは「クリーニング店検索 : <http://www.tokyo929.or.jp/shops/>」



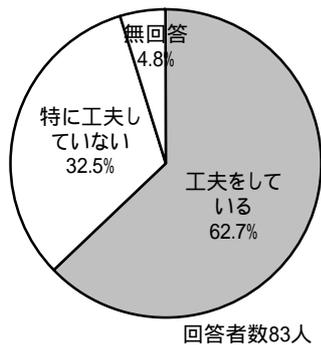
(2) 営業向上の取り組み

- 1) お客様を獲得するために63%が何らかの工夫をしている。
- 2) 工夫の内容は、「スタンプサービス」が60%と最も多く、次いで「お客様のニーズへの対応」「チラシなどで割引券を発行」「定期的にキャンペーンや抽選会」「スタッフの確保や教育・研修」などが上位である。
- 3) 他のお店で参考となるポイントは、「価格」「サービス」が同数で、「お店の雰囲気」「商品メニュー」の順である。
- 4) 経営上の工夫を得るのは、「同業者」が最も多く、「研修会・講演会」「自分自身で実地調査」「日刊新聞」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、「研修会・講演会」「日刊新聞」「自分自身で実地調査」が続く。

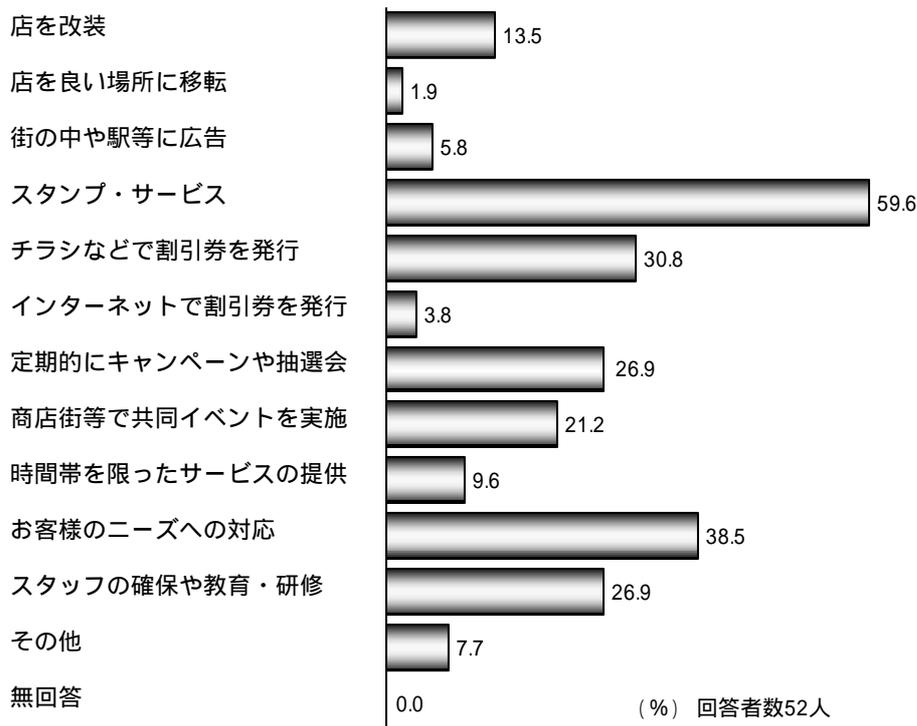
<課題>

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、スタンプサービスや顧客ニーズへの対応を志向する点では完全に一致する。こうした工夫の効果を分析し、より効果的な顧客開拓のノウハウを営業に反映させることが課題である。

問6 お客様を獲得するため何か工夫をされていますか。



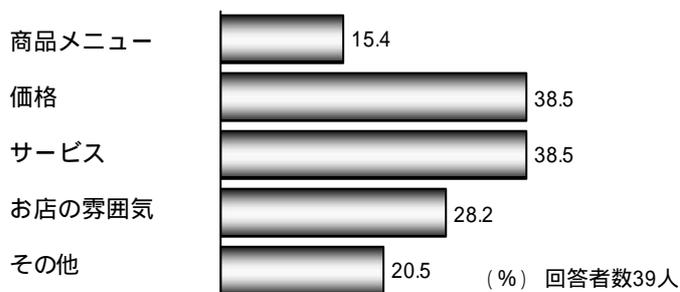
「工夫をしている」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(情報収集、複合化、系列化。夜間集配の拡大。独自の工夫が必要。チケットサービス。マイバッグ持参者へは金券、他割引券の配布。お客様に喜んでもらえるように技術を高めている。)

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。

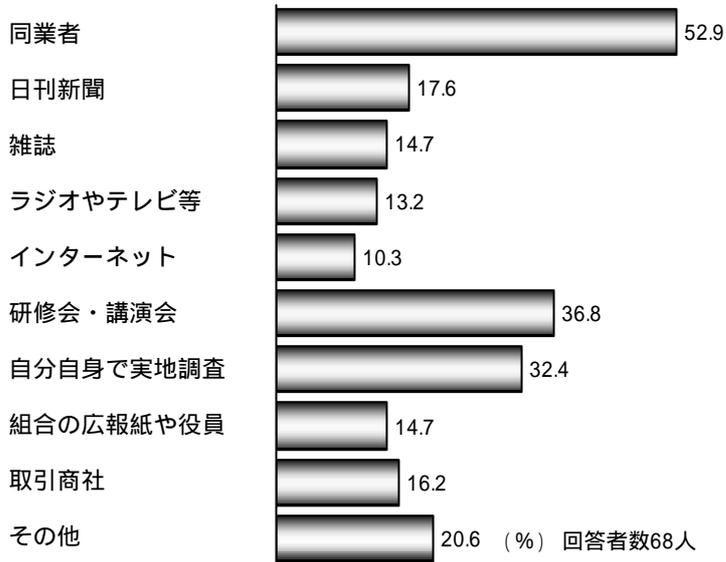


「各項目」の主な内容

- (1) 商品メニュー (細かいメニュー設定)
- (2) 価格 (細かい価格設定。ほぼ平均的にしたい。他店の料金が安すぎる。取次店のような低価格競争はしたくない。超高価としている。)
- (3) サービス (インターネットサービス。信用サービスを重視している。対象が団地なので高齢化により配達サービスを実施)
- (4) お店の雰囲気 (店の配置。お客様が安心でき、落ち着けるようにしている。)

- (5) その他 (技術の向上。価格低下もなく仕上がりの出来具合。参考にしたくとも資金がない。がんばっている店を参考、不振な店、全ての店が色々な意味で自分の店にとって勉強になる。取次店なので全部本部の言うことに従う。高齢化により若返りが難しい。)

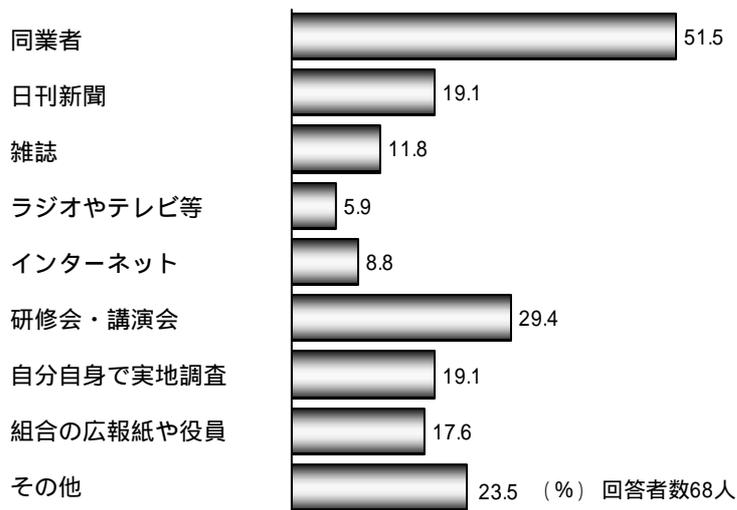
問8 経営上の工夫事例は、どこからヒントを得ていますか。【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(クリーニング新聞。従業員。業界紙。機械や材料。顧客のニーズ。本部からの指示。関連書籍。本部からの通達。取引業者)

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】



*「その他」の主な内容

(クリーニング新聞。保健所。業界紙。取引先。取引商社の主催する経営セミナー。本部からの通達)

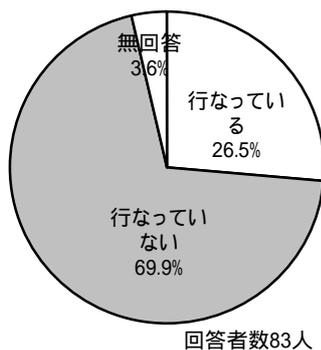
(3) IT(情報技術)の対応

- 1) ITへの対応は、「行なっている」が27%、「行なっていない」が70%である。
- 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「顧客管理」が46%、「ホームページは商用、地域サイトにリンク」「ホームページでPR」とのホームページ関連がそれに続く。
- 3) ITの効果としては、「経営・事務処理が効率的にできる」が55%であり、次いで「情報が得やすくなった」が41%あるが、「特に感じていない」も27%である。
- 4) IT化を進めるための障害は、「パソコンの操作や入力に時間がかかる」が32%で最も多い。
- 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43%、「パソコンが理解できない」が22%である。

<課題>

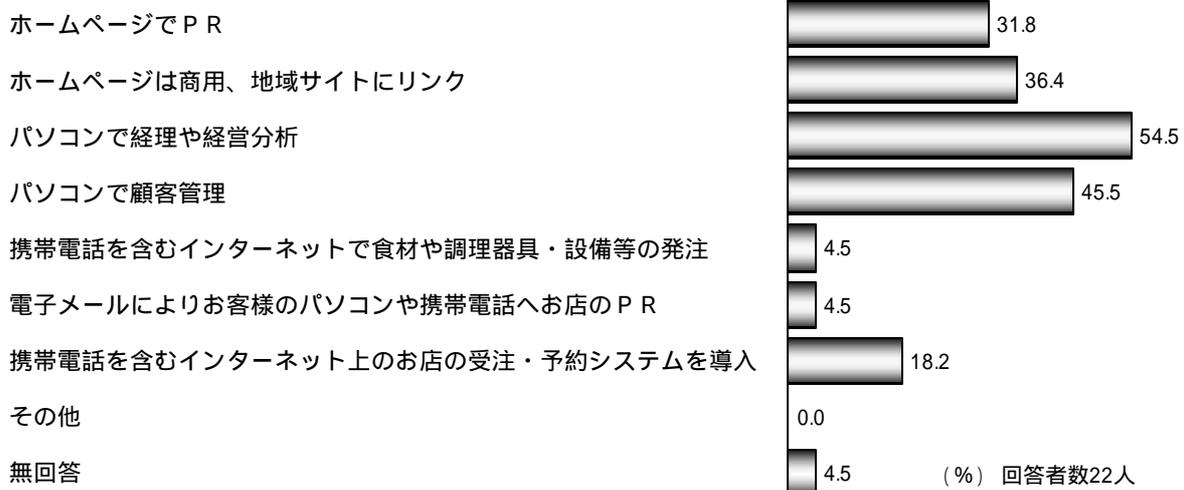
ITについては、効果があるのか、使いこなせるのか、コスト的に見合うのか、といった視点を持ちながらも積極的に検討する必要がある。組合からのITによる成功事例を紹介することは、興味のある非組合員勧誘の動機付けにもつながると考えられる。

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。

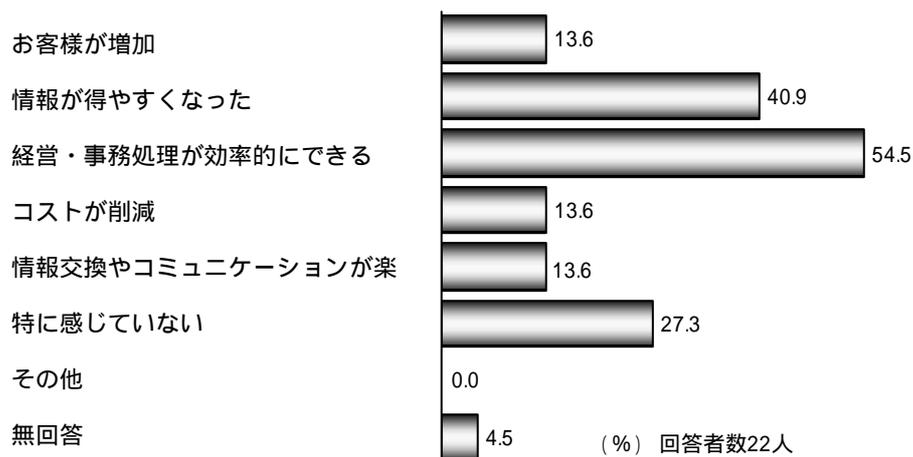


問 10 - 1 「行なっている」をお選びの方へ 【複数回答可】

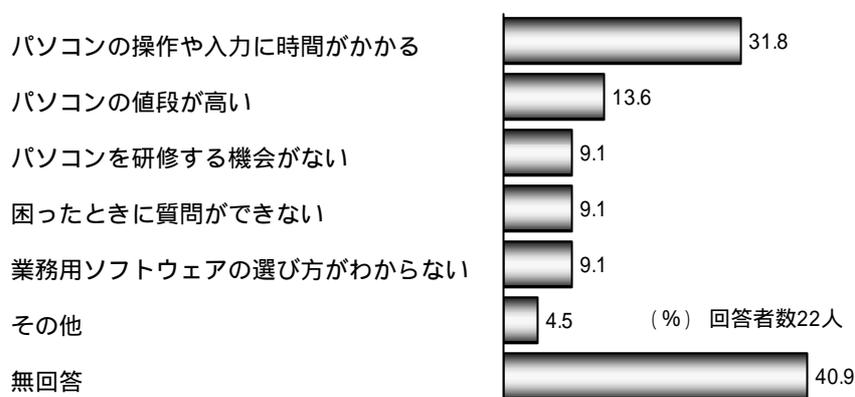
ア IT化の具体的な内容はどのようなものでしょうか。



イ IT化の効果として、どのようなことを感じていますか。



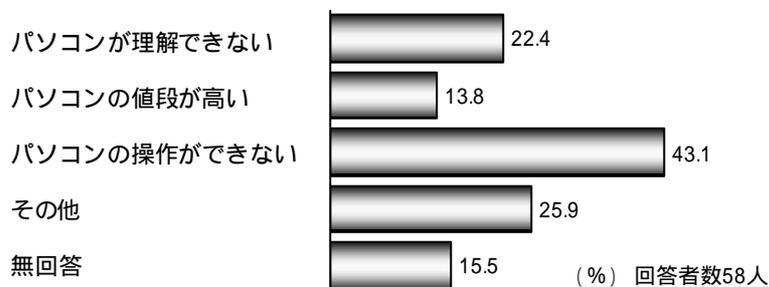
ウ IT化を更に進めるため、障害となっていることがありますか。



*「その他」の主な内容
(社員のITに対する理解レベル)

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

(パソコンは持っていない。小規模な店のため必要性がない。店にパソコンを置くスペースがない。扱える人材が少ない。近日中に実施予定。情報入手先、内容が不明。パソコンに取りかかる時間が取れない。講習会に参加したが、理解できず投げ出す。クリーニング業では需要がまだ少ない。導入にあたってPR的なものが少ない。一人なので無理な仕事が出来ない。75才になり先が短いので。本部からの支持が特でない。手書きで十分対応可能。IT化もやりたいがどれくらい効果があるか不明である。)

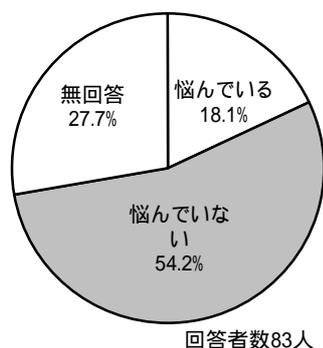
(4) 後継者問題

- 1) 後継者問題は「悩んでいる」が18%、「悩んでいない」が54%である。
 2) 悩んでいる理由は、「子供は既に別の仕事」が53%、「子供は、あとを継がない」33%、「子供以外の後継者もない」33%などである。
 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」が53%と最も多く、後継者がいる場合を大きく上回っている。

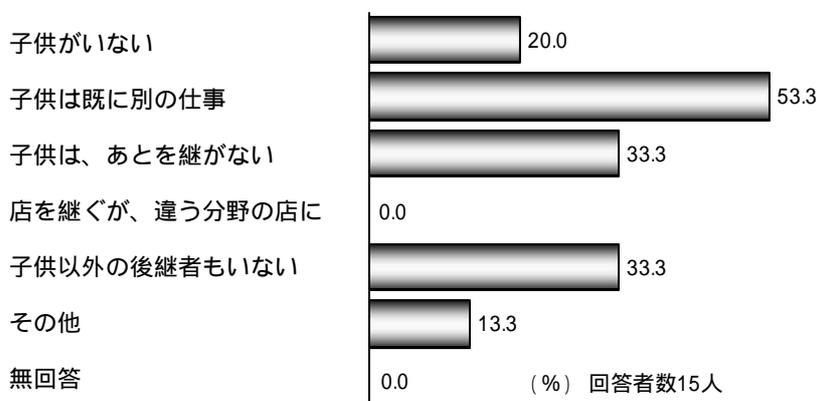
<課題>

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、業界全体としての検討課題でもある。Webサイト上で事例を紹介することは、組合活動の広報効果にもつながると考えられる。

問11 経営形態が、個人経営の方にお伺いします。後継者の問題で悩んでいますか。



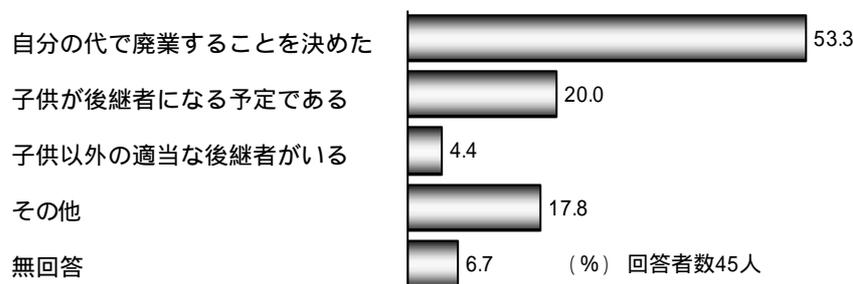
問11-1 「悩んでいる」をお選びの方へ 【複数回答可】



*「その他」の主な内容

(個人経営店の将来性の不安。誰にするか方針が決まっていない。)

問 11 - 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

(考えていない。子供が後継者で既に行っている。自分だけのつもりで始めたから。現在継いでいる。困ったことは起こらないと常に思っている。取次店だが老年者の客が多くなり、出してもらう品がなくなっている。子供には自由にさせる考えのため、悩んではいない。子供がいないので、やる気のある青年がいれば考える。)

(5) 他業種との関係

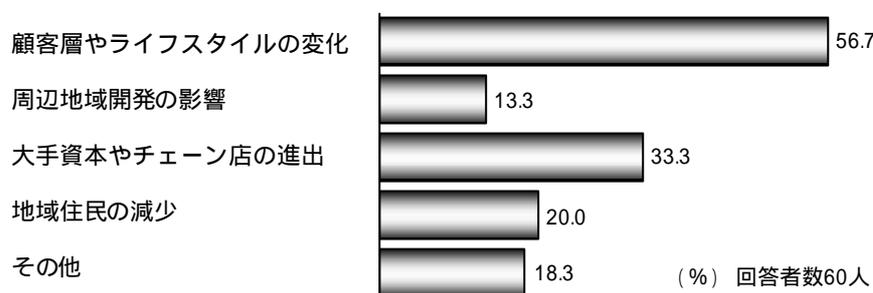
1) 経営状態が厳しくなった原因と考えられる環境変化は「顧客層やライフスタイルの変化」が57%と多く、「大手資本やチェーン店の進出」が33%、「地域住民の減少」が20%である。

2) 他業種との連携を「検討していない」が75%であるのに、「検討している」のは、10%に過ぎない。

< 課題 >

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課題と考えられる。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。

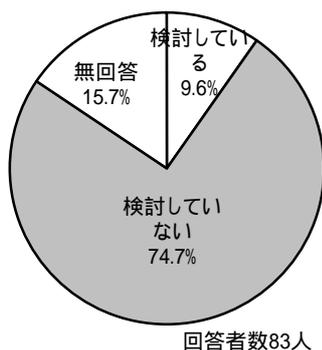
問 12 経営状態が厳しいとお考えの場合、その原因はどのような環境の変化でしょうか。



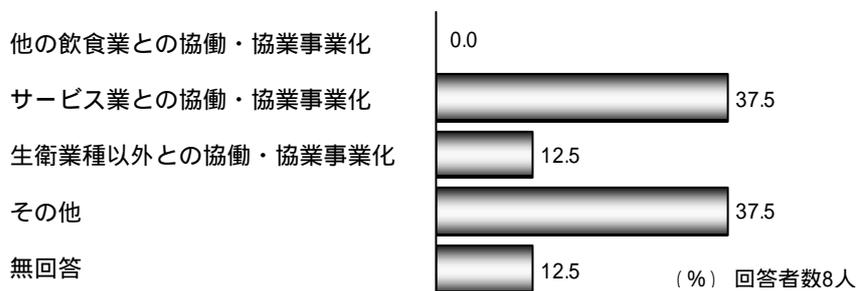
*「その他」の主な内容

(原油高で材料等全てが上がっている。材料費の値上げ。全体的にマーケットが縮小しているので、他店は関係ない。独自の工夫で顧客開拓の必要あり。高齢化。社会環境の変化。先に金儲けを考えている。商圈内にクリーニングが多い。同業者の増加と低価格)

問 13 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】



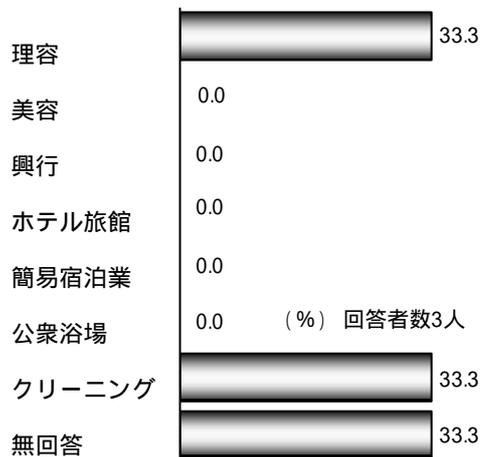
*「その他」の主な内容

(IT産業との複合化。良いことであれば何でもやる。リサイクルショップ)

問 13-1 他の飲食業との協働・協業化

回答者数 0人

問 13-2 サービス業との協働・協業化



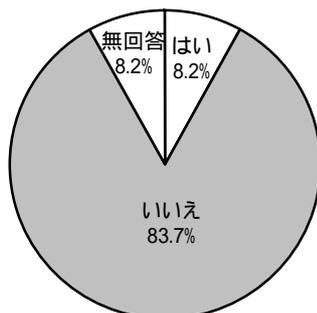
(6) その他

1) 繁華街での環境問題で「経営への悪影響を感じる」が8%、「感じない」が84%である。

<課題>

「迷惑防止条例」への回答ではないが、クレームへの適正な対策を確立することは、組合の問題と捉える意識が必要である。

問 14 いわゆる「迷惑防止条例」の改正後、繁華街での環境浄化が進んできていますが、現在営業上の環境問題で、経営への悪影響を感じることがありますか。



回答者数83人

「はい」をお選びの方へ、どのような問題が発生していますか。

- ・デパートは客の言いなりにしているの、我々にもむやみにクレームを付ける人が多くなった。
- ・少々のことでもクレームを付ける。

(7) 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。

- ・周辺商店連合会では、400店舗が加入しているが、ここ10年間で生鮮三品の店が激減し、子供がいても跡継ぎさせたくない、したくない。二世帯の生活が成り立たない等、地方の商店会との交流もあるが、私共よりもっとひどい。個人店が自信を持って営業できる時代が戻って欲しい。町が元気を出せるよう行政の指導、支援を今以上にお願いしたい。
- ・将来性にあると思う。クリーニング業に限らず、肉や、魚屋、八百屋等個人経営の店はこれから大手資本のチェーン店の進出に、将来は客のサービス、ニーズ等に太刀打ちできない。
- ・大手チェーンの進出や衣料の価格の安さ、技術の価格等
- ・人手が不足。募集しても集まらない。人件費、石油関連品が高くなったので経費も増加し、競争上値上げがしづらい。
- ・新規雇用も考えているが、人件費も高くなり、どうしようもない。
- ・従業員の質の向上
- ・人手不足で困っている。良い求人方法はないだろうか。
- ・後継者問題、時代の変化対応
- ・規模の拡大は無理で多角化を目指しているが、営業主・施設の老朽化は避けられず、後継者の問題と共に困っている。
- ・商圈範囲名の顧客の高齢化による品物の減少

- ・クリーニング屋に限らず個人経営は厳しい状況のようです。個人業者がみんなつぶれるような社会の仕組みに腹立たしさを感じる。
- ・何でも人のせいにする人が多くなったことが商売をやりにくくしている。人間関係が悪くなっている。人の心がすさんでいるのは一番商売がやりにくい。
- ・住宅内での経営だが、お客様も定年でクリーニングに出す品がなくなり、若い人は大手へ車で持っていく。又家で洗える品が多くなっている。
- ・取次店なので本社の指導で営業している。お客様が定年になりスーツの着用が減り、出される品物も少なくなったこと。そのようなお客様が大変多い。
- ・顧客の給料が減ったのでクリーニングに出せないようだ。
- ・エリア内の単価の価格低下
- ・お客様の減少
- ・売上げが見込めない店
- ・現在は個人経営になり気は楽になったが、団地の高齢化が進み、洗う品物が全体的に少なくなったこと、自家処理のため単価を取次店と比較される。サービス面では品物の仕上げには自信があるのだが。
- ・近代化をしたいがそう長く働けない。
- ・商業施設が50年経過しており老朽化している。周囲の商業施設に比較して環境整備が遅れている
- ・石油値上がりにより資材は上がり、客取りの料金は思い通りにには揚げる事が出来ない。ガソリン、ボイラーの灯油、ビニール、ドライの溶剤他殆どが上がるばかり。
- ・ドライ機とボイラー等に必要な油代が高くて困る。
- ・材料費、ガソリン等の大幅値上げ
- ・他店の料金の安さ。大手チェーン店の進出
- ・セールをする店が多いので困っている。
- ・設備投資して営業を生産性をと考えても現実の売上では苦しい。薄利多売の大手には適わず。特性のある店の経営を考えているが、利益にはつながらない。
- ・大手安売り業者の度外視安売りクリーニング代のため客を奪われる。
- ・直営店と取次店を悪く言うこと差別していること。納品時期、回収時期、回数を同等に扱って欲しい
- ・人手不足、競争激化、物価上昇、3K 職場(きつい、きけん、きたない)、購買力低下、金利上昇、働く意欲の低下している世の中、少子高齢化

イ 生活衛生同業組合への要望

- ・以前は組合に加入していたが、特にメリットが感じられないのでやめた。組合はもっと加盟店に対して様々なメリットを与えないと脱退する店が増えると思う。そうでなくとも個人経営の店が減少しているのだから。
- ・理事は若い人を登用する。
- ・組合に加盟していないのであまり言えないが、組合本部はデスクワークだけでなく、現場の状況をもう少し見て感じて欲しい。
- ・活動しているのか、いないのか、全くわからず困っている。
- ・もうあきらめた。組織が悪い。
- ・業界の将来を考えてがんばって下さい。
- ・組合に入っている店だけがいただける仕事を作ればみんなが入ると思う。例えばその代金で会費や共済金が払えて、ポケットマネーになるくらいの金額の仕事でよい。
- ・クリーニングでは料金を一律になるよう組合に力を入れて欲しい。
- ・昨日の友は今日の敵といった競合関係がある。
- ・有効な情報が欲しい。
- ・他業種の成功例にヒントがあるので、組合内部で議論しても良い結論が出ないときは、別の職種の間目で見てもらおう機会を持つ努力が必要である。

- ・ クリーニング師は3年に1度研修を受けなければならないが、いつも同じ様な話で研修は必要でしょうか。
- ・ クリーニング、特にドライクリーニングはどのようなことをしているのかユーザーに全て知らせるべきだ。もっとオープンにして組合員は技術競争をすることが業界の発展につながると思う。
- ・ クリーニング組合のレベルが低い。時代遅れのことをやっている。
- ・ クリーニングの値段を知りたい。
- ・ 取次店には何も伝わってくるものがない。
- ・ 零細業者の底上げの具体的アイデア。零細業者のサポートを望む。

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

・ 社交飲食業、興行、ホテル旅館、クリーニング ・

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、冰雪販売業）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、他には一切使用しません。ご回答の内容は、関係法規の下に厳重に管理します。

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、本調査は

- ・ 東京都社交飲食業生活衛生同業組合
- ・ 東京都興行生活衛生同業組合
- ・ 東京都ホテル旅館生活衛生同業組合
- ・ 東京都クリーニング生活衛生同業組合

のご協力を得て行います。調査結果は、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 19 年 10 月

〒150-0012 東京都渋谷区広尾 5-7-1 東京都広尾庁舎内
財団法人 東京都生活衛生営業指導センター
理事長 藤野雅彦

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られましたら、お手数ですが **12月15日まで（必着）**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、東京都生活衛生営業指導センター（TEL 03-3445-8751）へご連絡ください。

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、早割りサービス等）。
- 10 お客様ニーズに対応している（健康や安全志向、居心地、サービス向上、低価格メニュー等）。
- 11 良いスタッフの確保、教育・研修を実施している。
- 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受注・予約システムを導入している。
- 8 その他（ ）

（*）社交飲食業では「東京ナイトスポットガイド：<http://www.tokyo-syakoh.or.jp/>」
興行では「全国興行生活衛生同業組合連合会のリンク先
：<http://www.zenkoren.or.jp/index2.html>」
ホテル旅館では「都内各支部のサイト、宿泊予約サイト及び東京ステイオンライン
：<http://www.tokyo-hotel-ryokan.or.jp/>、<http://tokyostay.com/>」
クリーニングでは「クリーニング店検索：<http://www.tokyo929.or.jp/shops/>」

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ところがない。
- 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。

- 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、また無料のパソコン出張サポートを行なっていますが、ご存知でしょうか。

ア パソコン研修会 【知っている 知らない】

イ パソコン出張サポート 【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 経営形態が、個人経営の方にお伺いします。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 飲食業（該当業種を で囲んで下さい： 鮭商、 麺類、 中華料理、 社交飲食業、 料理、 飲食業、 喫茶飲食）との協働・協業事業化を検討している。
- 2 サービス業（該当業種を で囲んで下さい： 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）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：ホテル旅館営業とアクセサリー販売）
- 4 その他 ()

その他

問13 いわゆる「迷惑防止条例」の改正後、繁華街での環境浄化が進んできていますが、現在営業上の環境問題で、経営への悪影響を感じるがありますか。

【 はい いいえ 】

「はい」をお選びの方へ、どのような問題が発生していますか。

()

東京都社交飲食業生活衛生同業組合員の皆様にお伺いします。

問 14 組合ホームページのお客様向けのサイト「東京ナイトスポットガイド：
<http://www.tokyo-syakoh.or.jp/>」をご存じですか。

【 知っている 知らない 】

生活衛生同業組合への要望

東京都社交飲食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)

東京都興行生活衛生同業組合員の皆様にお伺いします。

問 14 組合が所属する全国興行生活衛生同業組合連合会のサイト

:<http://www.zenkoren.or.jp/index2.html>」をご存じですか。

【 知っている 知らない 】

生活衛生同業組合への要望

東京都興行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)

東京都ホテル旅館生活衛生同業組合員の皆様にお伺いします。

問 14-1 組合ホームページのお客様向けのサイト「宿泊予約サイト及び東京ステイオンライン
「<http://www.tokyo-hotel-ryokan.or.jp/>、<http://tokyostay.com/>」をご存じですか。

【 知っている 知らない 】

問 14-2 貴施設の客室数を教えてください。

【 】室

生活衛生同業組合への要望

東京都ホテル旅館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)

東京都クリーニング生活衛生同業組合員の皆様にお伺いします。

- 問 14 組合ホームページのお客様向けのサイト「クリーニング店検索：
<http://www.tokyo929.or.jp/shops/>」をご存じですか。
【 知っている 知らない 】

生活衛生同業組合への要望

東京都クリーニング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 責任者・支配人 4 従業員 5 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 年末年始 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。

- ・ 社交飲食営業では、東京都社交飲食生活衛生同業組合
- ・ 興行営業では、東京都興行生活衛生同業組合
- ・ ホテル旅館営業では、東京都ホテル旅館生活衛生同業組合
- ・ クリーニング営業では、東京都クリーニング生活衛生同業組合

【 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。

(*) 社交飲食業では「東京ナイトスポットガイド：<http://www.tokyo-syakoh.or.jp/>」

興行では「全国興行生活衛生同業組合連合会のリンク先

：<http://www.zenkoren.or.jp/index2.html>」

ホテル旅館では「都内各支部のサイト、宿泊予約サイト及び東京ステイオンライン

：<http://www.tokyo-hotel-ryokan.or.jp/>、<http://tokyostay.com/>」

クリーニングでは「クリーニング店検索：<http://www.tokyo929.or.jp/shops/>」

【 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7 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・・・無料パソコン研修会等について

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、また無料のパソコン出張サポートを行なっていますが、ご存知でしょうか。

ア パソコン研修会 【 知っている 知らない 】

イ パソコン出張サポート 【 知っている 知らない 】

6 追加の項目・・・意見について

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。

生活衛生同業組合への要望

皆様、関連する東京都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。

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	岩 堀 親 彌	東 京 都 社 交 飲 食 業 生 活 衛 生 同 業 組 合	
	眞 保 徳 義	東 京 都 興 行 生 活 衛 生 同 業 組 合	
	今 井 明 男	東 京 都 ホ テ ル 旅 館 生 活 衛 生 同 業 組 合	
	奈 良 部 光 由	東 京 都 ク リ ー ニ ン グ 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
	平成 19 年 9 月 11 日 (火)	指導センター会議室	<ul style="list-style-type: none"> ・ 平成 19 年度の実施計画 ・ 対象業種組合の意向 ・ 平成 19 年度の調査票 ・ 平成 18 年度の調査報告評価
2	平成 19 年 10 月 2 日 (火)	指導センター会議室	<ul style="list-style-type: none"> ・ 平成 19 年度調査項目の内容 ア 組合員用調査票(案) イ 非組合員用調査票(案)
3	平成 20 年 2 月 18 日 (月)	指導センター会議室	<ul style="list-style-type: none"> ・ アンケート調査結果 ア 調査の概要 イ 各業種別の集計等

平成19年度

生活衛生業の経営基盤支援事業 調査報告書
・ 社交飲食業、興行、ホテル旅館、クリーニング ・

平成20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

禁無断転載

08.03.350

古紙配合率100%再生紙を使用しています。