



## 新春交流会を4年ぶりに盛大に開催



新井会長による主催者あいさつ、後ろは各組合理事長

### ■ 来賓、組合員約200名が出席

福岡県生活衛生同業組合連絡協議会と福岡県生活衛生営業指導センターの主催による「令和6年新春交流会」が、1月22日、ホテル日航福岡で開催されました。コロナ禍の影響により令和3年以降中止していましたが、今回4年ぶりに開催されました。

生嶋福岡県副知事、地元選出の国会議員、県議会議員、福岡市議会議員の方々のほか、行政機関、日本政策金融公庫、その他関係団体の代表者の方に来賓としてご出席いただきました。さらには、各生活衛生同業組合からの参加を含めて約200名と盛大な集まりとなり、会場からは参加者の熱気が伝わってきました。

### ■ 組合員の力と英知を結集しよう

交流会では、各生衛組合の理事長が壇上に並び、自己紹介を行ったのち、主催者を代表して生活衛生同業組合連絡協議会の新井眞一会長があいさつを行いました。

新井会長は、コロナ禍において多大な影響を受けた生活衛生業界に対して、県議会、福岡県、関係団体より賜った尽力・ご支援にお礼を述べたのち、「コロナ前の業績に回復するまでに今しばらく時間を要しますが、生活衛生営業を精一杯頑張るという気持ちを込めて、4年ぶりに開催することにしました」と、今回の交流会の意義を強調しました。生衛業をめぐるのは、原材料価格の高騰・長期化、人手不足、デジタル化の加速などにより、様々な見直しや創意工夫の必要性といった課題が与えられており、「14の生活衛生同業組合の組合員全員の組織の力と英知を結集して、この厳しい状況を乗り越えていこう」と呼びかけました。

ご来賓からご祝辞を賜ったのち、長年、生活衛生業界の発展と公衆衛生向上に貢献された74名の方に対する表彰式を行いました。それぞれの代表の方に福岡県知事(生嶋副知事が代理)、福岡県保健医療介護部長、新井会長より表彰状・感謝状が手渡されました。その後、受賞者を代表して、吉浦妙子さん(美容組合)が謝辞を述べられました。



生活衛生功労者の表彰式

### ■ 講演会も同時開催

交流会に先立ち、講演会を開催しました。講師に、株式会社リフェイス代表取締役で中小企業診断士の中村佳織氏を迎えて、「After コロナ時代の収益力向上のポイント」をテーマにお話いただきました。

コロナ禍の各種制限が取り払われるなかで、いかに売上を回復させ拡大させるかについて、①新規客を獲得する、②リピート客を増やすという2つの視点から、具体的な施策についての説明がありました。

新規顧客の獲得には、まずはお店のことを知ってもらうことが必要で、その具体的な方策として、WEBの活用について説明がありました。



講演(講師：株式会社リフェイス 中村佳織氏)

また、リピート客を増やすには、「接客」の力が何よりも重要で、それがお店のファンを作ること、接客には3つのレベル(不快にさせない→満足させる→感動させる)があって、それぞれのレベルでの具体的な取組について、わかりやすくお話いただきました。

参加者はメモを取ったり、スクリーンに映し出された資料を写真に撮ったりと、講師の話に熱心に耳を傾けていました。

# 指導センターの令和6年度事業計画が決定しました —令和5年度第2回理事会、臨時評議員会を開催—



令和5年度第2回理事会

3月1日、生活衛生食品会館会議室において、令和5年度第2回理事会を開催しました。会議では、新井理事長のあいさつの後、事務局長が令和6年度の事業計画及び収支予算について説明を行いました。審議の結果、出席理事全員一致で承認可決されました。

続いて3月14日、当センターの議決機関である評議員会を開催しました。新井理事長のあいさつの後、事務局長が令和6年度の事業計画及び収支予算を報告し、審議の結果、出席評議員の全員一致により承認可決されました。

## 令和6年度指導センターの主な事業

当センターは、生衛業の経営の健全化を通じて、衛生水準の維持向上を図り、利用者又は消費者の利益の擁護を図ることを目的としています。その目的を達成するため、令和6年度に取り組む事業は次のとおりです。

具体的な日程は、当センターのホームページでお知らせします。

### I 生衛業のための経営相談、研修会を行います

#### 経営指導員による経営相談

- センターに常設する相談室において、経営指導員が金融、労務、税務、衛生など経営全般に関する相談をお受けしますので、お気軽にご相談ください。
- 専門的な知識を要する場合は、税理士、社会保険労務士、中小企業診断士などの専門家が対応する「出前相談」を実施します。



#### 地区相談会の開催

- 県下8地区において相談会を開催します。経営指導員、経営特別相談員が経営に関する相談をお受けします。各会場の日程は当センターのホームページに掲載します。お近くで開催される際には、お気軽にお立ち寄りください。

#### 税務研修会・税務相談会を開催

- 税理士による税務に関する研修会と相談会を開催します。研修会では、税理士が税制の改正点や留意事項について説明し、終了後に個別の相談をお受けします。税金のことでご相談されたいことがある方はぜひご参加ください(相談は無料です)。
- 研修会は、9月から10月にかけて、県内6会場(小倉、八幡、粕屋、飯塚、久留米、柳川)で開催します。

#### 講演会の開催

- 令和7年1月27日(月)に新春交流会を開催します。その第1部として、生衛業の経営の安定、収益力向上などをテーマにして、専門家を講師に招き、講演会を開催します。

## Ⅱ 生活衛生融資（一般貸付）の推せん書を発行します

日本政策金融公庫の生活衛生融資（一般貸付）の融資を希望される方で、申込金額が500万円を超える場合、営業所の所在地の都道府県知事の推せん書が必要です。当センターでは、福岡県知事の委託を受けて、福岡県内で営業されている方の推せん書を発行しています。

## Ⅲ 生衛業の後継者育成を図ります

### 後継者等を対象とした講習会の開催

○生衛業の経営の効率化と積極的な展開を図るため、後継者等を対象とした講習会を開催します。

### インターンシップの実施

○生活衛生同業組合及び学校と連携して、学生を対象にした出前授業や就業体験を実施します。



## Ⅳ 標準営業約款（Sマーク）の普及・推進を図ります

### 標準営業約款（Sマーク）とは

- 厚生労働大臣が認可したもので、消費者保護の観点から提供するサービスの内容や施設・設備を事前に利用者、消費者にお知らせすることで安心して利用できるよう利便を図ろうとするものです。
- 理容、美容、クリーニング、一般飲食、めん類飲食業の5業種が対象です。

### 制度の普及・推進

- 当センターではSマーク店の登録業務を行います。
- 11月を「標準営業約款普及登録促進月間」として、登録の促進と消費者に対する広報活動を行います。



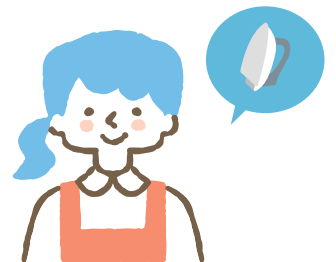
## Ⅴ クリーニング師研修会・クリーニング従事者講習会を開催します（9～11月）

### クリーニング師研修会の開催

○クリーニング業法により受講が義務付けられているものです。9月～11月に開催する予定で、具体的な開催日、開催場所等については、当センターのホームページに掲載するほか、対象の方に対して個別にお知らせします。

### クリーニング業務従事者講習会の開催

○同じくクリーニング業法により受講が義務付けられているものです。9月～11月に開催する予定で、具体的な開催日、開催場所等については、当センターのホームページに掲載するほか、対象のお店に対して個別にお知らせします。





# 指導センターの活動報告

指導センターでは、事業計画に基づいてさまざまな事業を行っています。ここでは、令和5年度第4四半期に実施した主な活動について、紹介します。

## 生衛組合活性化塾 2024



講師 佐々木浩明氏  
(岩手県生衛指導センター 事務局長)

令和6年1月29日(月)、福岡生活衛生食品会館5階の大会議室において、生衛組合活性化塾 2024 を開催しました。本年度は、7 組合から 11 名のご参加をいただき、地域包括ケアとの連携をテーマに、第 1 部では、先進地である岩手県から講師をお招きして基調講演を行い、第 2 部では、「今後地域包括ケアとの連携をいかに進めていくか」というテーマで講師を交え意見交換をさせていただきました。

参加者からは、非常に参考になったとの意見をいただきました。一方で、本県でどう進めていくかを議論するためには、組合全体から見れば、まだ理解度が不足しており、地域包括ケアに関する情報発信を継続的に行っていく必要があるとの意見もいただきました。

当センターといたしましては、当面の間、地域包括ケアとの連携に対する理解度をさらに深めていくため、様々な機会を通じ、情報発信に努めてまいりますので、各組合におかれましては、センターから発信する情報の共有に努め、組合全体としての理解や認識を深めて頂きますよう、ご理解・ご協力のほどよろしくお願い致します。



講師と参加者との意見交換

## 後継者育成支援事業 (出前授業)

当センターでは、小・中学校、高等学校等で生衛業をはじめとする職場体験授業を実施する場合、生衛業の後継者育成の一環として、経験豊かな生衛業者を講師として派遣しています。

令和6年2月27日(火)、大野城市立平野中学校において、1年生を対象として職場体験授業を実施。美容、クリーニング、旅館ホテル、すし商の4組合から講師を派遣していただき、講話と実技指導を行いました。

このうち、クリーニングの授業では、ドライクリーニングと水洗いの違いや家庭でもできる染み抜きの手順など生活の役に立つお話がありました。また、すし商の授業では、手間をかけて他ではやらないことやすることが大事で、それをお客さんに見て、味わってもらってライブ感が魅力であると語られていました。

いずれも生徒たちには初めて目にする事、耳にすることで、驚きと感動があったようです。「ヘアメイクアーティストや福祉美容等の仕事してみたい」、「もっと、染み抜きの方法を詳しく知りたい」、「ホテルでは、外国人など様々な人とのコミュニケーションが楽しそう」、「魚の選び方やさばき方、調理の仕方など実習形式で詳しく知りたい」といった声が寄せられていました。



クリーニング組合 松尾臣一郎講師



すし商組合 岡本毅講師

## ■ 講習会を2カ所で開催

当センターでは、生衛業の経営の効率化と積極的な展開を図るため、後継者育成支援事業として、生衛業の後継者などを対象にした講習会を毎年開催しています。今年度の講習会は、スマホ教室として、福岡市、北九州市の2カ所で開催しました。テーマは、「実践塾 スマホで Web マーケティング」。専門家の指導を受けながら実際にスマホを操作して、Web(インターネット)を利用した集客のための情報発信の方法について学びました。

令和6年2月19日に開催した北九州会場には、飲食店の経営者を中心に6人が参加、2月21日開催の福岡会場には9人の参加がありました。文字通り、少人数制の個別指導塾のような雰囲気でした。



講師の説明に真剣に耳を傾ける(北九州会場)



講師からInstagramの投稿方法を学ぶ(福岡会場)

## ■ 参加者の声

参加者からは、「いろいろなセミナーに参加したが、今までで一番わかりやすかった」、「講師から直接ていねいに教えてもらったので理解できた」、「新しい発見があり、新しい体験ができた」という声が寄せられ、大好評でした。

指導センターでは、こうした講習会を毎年開催しています。セミナーとは違って、今回のスマホ教室のように、少人数で、講師からマンツーマンで指導を受ける形式で行います。令和6年度に開催する講習会については、詳細が決まり次第、「生衛ふくおか」や当センターのホームページでお知らせする予定です。

## ■ Webマーケティングのポイント

最初に、講師の原田智弘中小企業診断士から、次のような説明がありました。

①Webマーケティングで大切なこととして、「誰に」(誰をお店のターゲットにするか)、「何を」(そのお客さまにどうしてほしいのか、そのために何を伝えるか)、「どのように」(具体的なツールの活用)をまず考える

②スマートフォン(スマホ)は生活の一部になっている(普及率約9割)。お客さまはスマホで情報を探しており、広大なWebの海の中で、お店側ではスマホで情報を見つけてもらうことが必要である

③LINE、Facebookなど、いろいろなWeb集客ツールがあるが、なかでもInstagram(インスタグラム)は無料でかつ国内利用者が3,000万人を超え、効果的なツールである

## ■ Instagramの実践

説明のあとは、Instagramの実践編です。初級者は「まず投稿してみる」、経験者は「投稿内容の充実」をゴールにして、それぞれがテキストを見ながらスマホの操作に取り組みました。わからないことがあると講師に個別で質問したり、講師から手ほどきを受けたりと、悪戦苦闘しながらも、全員無事ゴールすることができたようです。



令和5年度に開催したスマホ教室のご案内



# 生活衛生同業組合の活動紹介コーナー

福岡県には14の生活衛生同業組合があり、衛生水準の向上と組合員の経営の安定のために、さまざまな活動を行っています。その活動の一端を紹介します。



## 心に残る1杯と出逢う春の公園散歩 - 「福岡コーヒーフェスティバル」を開催 - 福岡県喫茶飲食生活衛生同業組合

当組合では、コーヒーに親しみを持っていただくために、2016年から、「福岡コーヒーフェスティバル」の冠で、組合員を中心に、喫茶店やコーヒー店が1つの会場に集結するコーヒーの祭典を毎年開催してまいりました。

コロナ禍の間は中止を余儀なくされましたが、2022年から再開。昨年は、国営海の中道海浜公園との共催で、4月22日、23日の2日間開催しました。

昨年の「福岡コーヒーフェスティバル」には11店が出店し、2,000名もの愛好家が来園しました。「心に残る1杯と出逢う春の公園散歩」をテーマにして、公園のいろいろな場所にお店を配置。来園者の皆さんには、ネモフィラの美しさやカピバラを見ながらコーヒーを楽しんでいただきました。



当日開催した参加型イベントでは、ワークショップとして、コーヒーの原型であるトルココーヒーの体験や、手編み器具を使っての焙煎を体験してもらいました。さらに福岡市水道局とのコラボイベントとして、「福岡市のおいしい水道水を使ったコーヒー飲み比べ体験」を行いました。

今年2024年は4月13日、14日の2日間開催します。



## 海外留学生を対象にした「すし体験講習会」を開催 福岡県すし商生活衛生同業組合

福岡県すし商生活衛生同業組合では、平成29年から、西南学院大学と連携して、同大学に在籍する海外からの留学生を対象に、「すし体験講習会」を開催しています。インバウンドの増加に対応するため、接客やメニュー等に関する意見を交換し、実際の業務に活かすのが目的です。

令和5年度は、2月27日に、福岡市早良区にある「もち文化センター」で開催しました。当日は、海外留学生30名、アテンド役として日本人学生5名、それに当組合員からすし職人7名が参加。留学生の国籍は、アメリカ、カナダ、フランスなどの欧米諸国、さらに、インドネシア、韓国、中国などのアジア諸国、あわせて14カ国と、国際色豊かでした。



まずは、講師の職人さんが、ネタの切り方のデモンストレーションを行い、その後、留学生の皆さんが握りやかつぱ巻き、お新香巻を体験。留学生の皆さんはすしを握るのが初めてで、最初は緊張してぎこちなかったのですが、次第に慣れて、しばらくすると嬉々として参加していました。

試食タイムでは、それぞれ「母国で食べたすしとは全然違う、本当に美味しい」と口々に語り、とくに、マグロとサーモンが大人気でした。講師の職人さんたちも、積極的に留学生に語りかけ、すしや食文化について意見交換を行うなど、「すし文化」をめぐる国際交流の場となりました。



## 惣菜販売の強化を目指して 顧客開拓講習会を開催 福岡県食肉生活衛生同業組合

食肉生活衛生同業組合では、精肉店の惣菜販売を強化することを目的に、顧客開拓講習会として、食肉料理教室を行っています。

令和5年9月14日、久留米市の「えーるピア久留米」で開催した食肉料理教室には、久留米市を中心とする筑後地区の組合員20名が参加しました。料理研究家の小野恵美子さんを講師に迎えて、「具沢山のチャプチェ風牛肉のオイスター炒め」と「牛バラの煮込みプロヴァンス風」という2つの料理を調理実習しました。



牛肉のオイスター炒めは、中華料理や韓国料理のいいとこ取りで、糸唐辛子や赤パプリカを加えると彩りが良くなるということでした。牛バラ煮込みでは、牛バラ肉の厚切りを使用するのですが、講師によると、肉が硬いときはキウイフルーツやマンゴーのすりおろしに漬け込むと柔らかくなるそうです。

講師の指導を受けながら、皆で新メニューに挑戦しました。作った後は試食です。それぞれが作った料理を前にして、本日の反省点、講師への質問、次回の希望などを議論して終了しました。

こうした取組によって、店頭で販売する惣菜のメニューを増やして、精肉店の収益力アップを図っていききたいと考えています。

## 困ったときの相談相手 生活衛生同業組合



### ●メリットいろいろ、大いに活用しましょう。

- ・ 組合員向けの共済・保険が利用できる
- ・ 組合員向けの生活衛生融資(日本公庫)で金利負担軽減
- ・ HACCP食品衛生管理、受動喫煙防止策など、組合経由でいち早く情報を入手できる
- ・ 収益力向上セミナー、技術講習会など、組合主催の研修会・講習会に無料で参加できる



### ●未加入の営業者に組合加入を呼びかけましょう。

[お問合せ先]

福岡県理容生活衛生同業組合	092-751-5948
福岡県美容生活衛生同業組合	092-715-8211
福岡県クリーニング生活衛生同業組合	092-436-2688
福岡県公衆浴場生活衛生同業組合	092-761-3612
福岡県旅館ホテル生活衛生同業組合	092-737-5050
福岡県興行生活衛生同業組合	092-736-1248
福岡県料理業生活衛生同業組合	092-291-5284
福岡県飲食業生活衛生同業組合	092-641-8111
福岡県社交飲食業生活衛生同業組合	092-641-8111
福岡県喫茶飲食生活衛生同業組合	0946-42-2266
福岡県すし商生活衛生同業組合	092-651-1199
福岡県食肉生活衛生同業組合	092-641-5916
福岡県食鳥肉販売業生活衛生同業組合	092-941-1174
福岡県氷雪販売業生活衛生同業組合	092-713-5695





当センターで  
Instagram 活用を  
支援しました

# Instagram のフォロワーが激増 お客さまとの会話も盛り上がる

近年、社会のあらゆる分野にデジタル化の波が押し寄せています。スマホ1台あれば、電話だけでなく、メール、振込、ショッピング、動画視聴など、多くの用が足ります。生活衛生営業においても、集客アップ、経営の効率化のために、デジタル技術の活用が必須になっています。令和5年度に実施したデジタル化推進事業では、営業者の方が指導センターと専門家の支援を受けながら Instagram 活用による集客アップに取り組みました。その取組事例を紹介します。

## 新しい顧客を呼び込みたい

今回、Instagram(以下、インスタ)活用による集客アップに取り組んだのは、ジャズバー「JazzClub KINGFISH」の店長である武本強志さんです。同店は、音楽家でもある丸田啓さんが、福岡市の繁華街・中央区大名に、2014年に創業したバーです。プロの演奏家による生演奏が楽しめる店として、多くのジャズファンから愛されています。

同店の運営を任されている武本さんにとって、最大の課題は、お店のお客さまを拡大することでした。常連のお客さまは30代以降の年配の方が中心です。20代の若者や女性を新規客として取り込みたい。近年増えている外国人観光客をお店に呼び込めないか。そのために始めたのが、インスタでした。

しかし、反応は今ひとつで、集客にはなかなか結びつきません。そうしたとき、組合から「デジタル化推進事業」の話があり、専門家による指導・支援を受けることにしました。



<お店のプロフィール>  
店舗名：JazzClub KINGFISH  
代表者：丸田 啓 氏  
店 長：武本強志氏  
業 種：ジャズバー  
所在地：福岡市中央区

## インスタのフォロワーが 1.4 倍に

ITの専門家である原田智弘中小企業診断士が、3回にわたって訪問による指導・支援を行い、令和5年10月から、下記の「(表)主な取組内容」を実践しました。

その結果、同店のインスタ投稿の好感度が上がり、アカウントを登録した人の数を示す「フォロワー数」は、取組開始前は500人弱でしたが、翌月には600人となり、1月末には700人を超え、約3カ月で1.4倍になりました。それに伴って、来店客も増えており、満員となることもたびたびです。

なかでも韓国、香港、東南アジアなどからの外国人観光客が目立って増え、音楽やお国言葉を話題にして会話することが多くなりました。

インスタを見たお客さまなどからは「盛り上がっていますね」、「楽しそう」という評価をいただき、武本さんは手ごたえを感じています。



KINGFISH のInstagram 画面

## (表) 主な取組内容

①ハッシュタグの工夫・改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「〇〇つながりたい」「ひとり飲み女子」など、ターゲットとしたい顧客を意識したキーワードを設定</li> <li>・インバウンド対策として、ジャズ、コンサートなど、シンプルな言葉を英語と韓国語でハッシュタグにした</li> </ul>
②ハイライト機能、ピン止め機能の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今週の予定、イベントの告知をハイライト機能で行った</li> <li>・お店の紹介等をピン止め機能を利用して行った</li> </ul>
③ホームページとの連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページとインスタ、フェイスブックのリンクを設定</li> </ul>
④投稿内容の工夫	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1枚目の写真にこだわった。具体的には、前日の生演奏の様子を伝える画像や動画を投稿</li> <li>・前日のエピソード(来店客の様子、お店の雰囲気、来店客と演奏者との交流など)をキャプションで紹介</li> </ul>

## 店長・武本さんの話



若い人たちにもっとジャズを知ってもらいたいと思い、インスタを使って、発信を始めました。当初は、演者とイベントの紹介が主でした。ただ、反応は弱く、果たして効果があるのか、わからない状況でした。今回、専門家の方から、誰に、何を、どのように発信するかを指導していただき、それをもとに自分なりに試行錯誤して投稿するようになりました。すると、フォロワー数がどんどん増えて、お客さまからも「インスタ見たよ」という声をいただくようになりました。それがやりがいとなり、毎日開店前に投稿するのが日課になっています。

## 専門家からのアドバイス

インスタの国内ユーザー数は3,300万人と発表されています(2019年3月時点)。インスタの最大の魅力は、こんなにも多くの人と、無料で、スマホひとつで、直接つながることができるという点です。

上手に活用するためのポイントは、誰に情報を届けたいのか、ターゲット層を明確にすることから始めましょう。今回の取組の成功要因は、「誰に、何を伝えたいのか?」を深く検討し、店長の武本さんが何度も試行錯誤しながら改善し続けたことだと思います。インスタだけでなく、デジタル技術の活用では、目的を明確にしてから取り組むようにしましょう。



中小企業診断士 原田智弘氏