

大阪経済記者クラブ会員各位

**「掃除でおもてなし」事業(研究会、アンケート調査結果、セミナー)について
～経営者は「トイレの神様」を信じるか～**

【問合せ先】大阪商工会議所 流通・サービス産業部（土居・堤）

TEL：06-6944-6440

<事業概要>

- 大阪商工会議所は、今年1月に設置した「掃除でおもてなし」研究会（座長：大森信 日本大学経済学部准教授）において、「掃除、整理・整頓、清潔」活動が企業経営に及ぼす影響などを検証し、経営革新・改善に資する情報として広く紹介する「掃除でおもてなし」事業を行う。
- 同研究会は、掃除を経営学の観点から研究する大森信氏（日本大学経済学部准教授）を座長とし、加護野忠男氏（甲南大学 特別客員教授）を顧問に迎え、中小企業の経営の現場に詳しい竹原信夫氏（有限会社産業情報化新聞社 代表）、近畿経済産業局、大阪商工会議所をメンバーとする。
- なお、同事業は、平成20年9月に近畿経済産業局、京都大学経営管理大学院とともに設置した産学官連携組織「関西サービス・イノベーション創造会議」の活動の一環として実施する。今年度中の具体的な事業としては、アンケート調査の実施（1月実施済み）、ガイドブックの作成（3月中旬）、セミナーの開催（3月26日）など。

<具体的な事業>

1. 企業経営における「清掃、整理・整頓、清潔」に関するアンケート調査の実施

- 企業経営における「清掃、整理・整頓、清潔」に対する経営者の意識や各企業における清掃活動への取組みの現状や効果などに関するアンケート調査を実施。

2. 「掃除でおもてなし・ガイドブック」の作成

- 「清掃、整理・整頓、清潔」を実践する企業の事例紹介や、アンケート調査結果報告及びその分析などをまとめた冊子を3月中旬に発行。

3. 「掃除でおもてなし・セミナー」の開催

- 加護野忠男教授、鍵山秀三郎氏（NPO 法人日本を美しくする会 相談役）をはじめ、企業における“掃除”に取り組む企業経営者などを招き3月26日（月）にセミナーを開催。

以上

【添付資料】

資料1: 「掃除でおもてなし研究会」メンバー一覧

資料2: 企業経営における「清掃、整理・整頓、清潔」に関するアンケート調査 結果概要

資料3: 企業経営における「清掃、整理・整頓、清潔」に関するアンケート調査 結果集計表

資料4: 「掃除でおもてなし・ガイドブック」について

資料5: 「掃除でおもてなし・セミナー」の開催について

資料 1

平成24年2月16日

「掃除でおもてなし」研究会 メンバー一覧

(順不同・敬称略)

座 長

大森 信 日本大学経済学部 准教授

顧 問

加護野忠男 甲南大学 特別客員教授

メンバー

竹原 信夫 有限会社産業情報化新聞社 代表

田口 一江 近畿経済産業局 サービス産業室長

富阪 一之 大阪商工会議所 流通・サービス産業部長

以 上

平成 2 4 年 2 月 1 6 日

企業経営における「清掃、整理・整頓、清潔」に関するアンケート調査 結果概要

大阪商工会議所

<調査概要>

- 調査の目的：「清掃、整理・整頓、清潔」に対する経営者の意識や各企業における清掃活動への取り組みの現状及びその効果などを把握・分析するため、調査を実施した。
- 調査対象：大阪府内の企業 7, 8 6 3 社
- 調査期間：平成 2 4 年 1 月 1 0 日～1 9 日（1 0 日間）
- 調査方法：調査票の発送・回収は F A X
- 有効回答数：4 1 4 社（有効回答率 5 . 3 %）

<アンケート調査結果のポイント>**（１）「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動の実施について**

- 「清掃、整理・整頓、清潔に関する活動を行っていますか」については、9 割弱（8 9 . 4 %）の企業が「はい」と回答しており、「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動への意識の高さが表れた結果となっている。

（２）「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動の重要性について

- 「清掃、整理・整頓、清潔に関する活動が重要だとお考えですか」については、6 割強（6 3 . 5 %）の企業が「非常に重要」、3 割台半ば（3 6 . 0 %）の企業が「重要」と回答しており、ほぼ全て（9 9 . 5 %）の企業が「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動を重要視している。

（３）「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動の重要性（個別事由）について**（対象：（２）で「非常に重要」「重要」と回答した企業／複数回答）**

- 「清掃、整理・整頓、清潔に関する活動が重要だとお考えの理由」については、ほぼ 7 割（6 9 . 9 %）の企業が「業務・作業効率の向上」と回答。また、6 割強（6 1 . 2 %）の企業が「当然（あたりまえ）の活動」と回答しており、「清掃、整理・整頓、清潔」は職場環境の維持改善の活動であるとともに、企業にとってあたりまえのこととして捉えられている。

（４）「清掃は、自社社員が実施しているか、外注しているか」について

- 「清掃は自社社員が行っている」（6 8 . 4 %）、「清掃は自社社員と外部委託で行っている」（1 3 . 5 %）と 8 割強（8 1 . 9 %）の企業がなんらかの形で自社社員による清掃活動を行っている。

（５）「清掃活動の内容」（詳細）について

（対象：（４）で「清掃は自社社員が行っている」「清掃は自社社員と外部委託で行っている」と回答した企業）

- ① 「清掃をする場所」については、ほぼ全て（９７．６％）の企業が「オフィス・店舗・工場の清掃」と回答。また、「トイレ掃除」（７１．７％）、「機械や什器・備品の清掃」（５８．７％）の順となっている。
- ② 「社内の誰が掃除をしているか？」については、７割強（７３．２％）の企業が「経営者も含めた社員」、「経営者を除く社員」（１９．５％）、「社員有志」（４．７％）、「経営者のみ」（２．１％）の順となっている。
- ③ 「清掃は業務の一環ですか？」については、７割台半ば（７６．４％）の企業が「はい」と回答。
- ④ 「清掃を行う範囲」については、８割弱（７８．８％）の企業が「オフィス・工場など自社の敷地内」と回答するとともに、ほぼ５割（４９．９％）の企業が「自社の敷地に面した道路など（自社の敷地周辺）」も清掃すると回答。また、「清掃活動などに参加して地域全般を掃除する」（８．８％）との回答があった。

（６）「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動の効果について（複数回答）

- 「清掃、整理・整頓、清潔に関する活動の効果」については、「職場の環境・公衆衛生・安全性が向上した」（６７．１％）が最も多く、「従業員のモチベーション・モラルが向上した」（４４．２％）、「社風の確立、経営方針の定着、企業イメージの向上に役立った」（３８．６％）、「作業・業務効率の向上およびコストの削減が実現した」（３６．７％）と続く。一方、ほぼ１割（１０．１％）の企業が「売上が向上した（新規顧客・取引先の獲得など）」とも回答している。

（７）「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動の継続について

- ９割台半ば（９４．９％）の企業が「（今後も）継続する」と回答。企業にとって、「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動が必要とされ、習慣化していることがうかがえる。

（８）「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動への意見について（自由記述）

- 「清掃、整理・整頓、清潔に関する活動は、経営における最重要ツールである」や「社風や企業文化として確立させることで企業のイメージアップにつながっている」など、企業経営に結びついているとの回答や、「あたりまえのことである」との回答が多く見られた。
- また、「活動を通じて社員の価値観が共有化された」など、従業員間のチームワーク・連帯感、モラルが向上したとの回答や、「会社を清潔な状態に保つことによって、色々なことに気がつく」など、異常や問題、課題への“気づき”が生まれるとの回答も見られた。

以 上

企業経営における「清掃、整理・整頓、清潔」に関するアンケート調査 結果集計表

大阪商工会議所

《 調 査 概 要 》

- 調 査 時 期：平成24年1月10日(火)～1月19日(木)
- 配 布 件 数：7,863 社
- 有効回答数：414 件
- 回 答 率：5.3 %

《 回答企業の属性 》

【 業 種 】

製造業	27.3%	(113)
卸売業	19.1%	(79)
小売業	3.9%	(16)
飲食業	1.9%	(8)
サービス業	38.2%	(158)
建設業	7.5%	(31)
その他	2.2%	(9)

【 資本金 】

5千万円以下	71.3%	(295)
5千万円超 1億円以下	13.5%	(56)
1億円超 3億円以下	4.1%	(17)
3億円超	11.1%	(46)

【 上 場 】

上場	7.2%	(30)
非上場	92.8%	(384)

【 従業員数 】

50人以下	62.1%	(257)
50人超 100人以下	13.5%	(56)
100人超 300人以下	12.1%	(50)
300人超	12.3%	(51)

《 調 査 結 果 》

表1 「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動を行っていますか（単数回答）

	全 体	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	建設業	その他	上 場	非上場	5千万円 以下	5千万円超 1億円以下	1億円超 3億円以下	3億円超	50人以下	50人超 100人以下	100人超 300人以下	300人超
① はい	89.4% (370)	92.9% (105)	93.7% (74)	100.0% (16)	100.0% (8)	84.8% (134)	83.9% (26)	77.8% (7)	93.3% (28)	89.1% (342)	88.1% (260)	94.6% (53)	94.1% (16)	89.1% (41)	87.2% (224)	94.6% (53)	94.0% (47)	90.2% (46)
② いいえ	9.4% (39)	3.5% (4)	6.3% (5)	－ (－)	－ (－)	14.6% (23)	16.1% (5)	22.2% (2)	－ (－)	10.2% (39)	10.5% (31)	5.4% (3)	5.9% (1)	8.7% (4)	11.7% (30)	3.6% (2)	6.0% (3)	7.8% (4)
無回答	1.2% (5)	3.5% (4)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	0.6% (1)	－ (－)	－ (－)	6.7% (2)	0.8% (3)	1.4% (4)	－ (－)	－ (－)	2.2% (1)	1.2% (3)	1.8% (1)	－ (－)	2.0% (1)
合 計	100.0% (414)	100.0% (113)	100.0% (79)	100.0% (16)	100.0% (8)	100.0% (158)	100.0% (31)	100.0% (9)	100.0% (30)	100.0% (384)	100.0% (295)	100.0% (56)	100.0% (17)	100.0% (46)	100.0% (257)	100.0% (56)	100.0% (50)	100.0% (51)

表2 企業経営において「清掃、整理・整頓、清潔」が重要だとお考えですか（単数回答）

	全 体	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	建設業	その他	上 場	非上場	5千万円 以下	5千万円超 1億円以下	1億円超 3億円以下	3億円超	50人以下	50人超 100人以下	100人超 300人以下	300人超
① 非常に重要	63.5% (263)	66.4% (75)	48.1% (38)	81.3% (13)	87.5% (7)	67.7% (107)	54.8% (17)	66.7% (6)	66.7% (20)	63.3% (243)	63.4% (187)	60.7% (34)	70.6% (12)	65.2% (30)	58.8% (151)	69.6% (39)	76.0% (38)	68.6% (35)
② 重要	36.0% (149)	32.7% (37)	51.9% (41)	18.8% (3)	12.5% (1)	31.6% (50)	45.2% (14)	33.3% (3)	30.0% (9)	36.5% (140)	36.3% (107)	39.3% (22)	29.4% (5)	32.6% (15)	41.2% (106)	28.6% (16)	24.0% (12)	29.4% (15)
③ そうは思わない	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)
無回答	0.5% (2)	0.9% (1)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	0.6% (1)	－ (－)	－ (－)	3.3% (1)	0.3% (1)	0.3% (1)	－ (－)	－ (－)	2.2% (1)	－ (－)	1.8% (1)	－ (－)	2.0% (1)
合 計	100.0% (414)	100.0% (113)	100.0% (79)	100.0% (16)	100.0% (8)	100.0% (158)	100.0% (31)	100.0% (9)	100.0% (30)	100.0% (384)	100.0% (295)	100.0% (56)	100.0% (17)	100.0% (46)	100.0% (257)	100.0% (56)	100.0% (50)	100.0% (51)

表3 企業経営において「清掃、整理・整頓、清潔」が重要だとお考えの理由（複数回答）
※表2で①または②の回答企業を対象

	全 体	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	建設業	その他	上 場	非上場	5千万円 以下	5千万円超 1億円以下	1億円超 3億円以下	3億円超	50人以下	50人超 100人以下	100人超 300人以下	300人超
① 業務・作業効率の向上	69.9% (288)	77.7% (87)	72.2% (57)	62.5% (10)	25.0% (2)	65.6% (103)	77.4% (24)	55.6% (5)	69.0% (20)	70.0% (268)	68.7% (202)	66.1% (37)	94.1% (16)	73.3% (33)	67.7% (174)	69.1% (38)	84.0% (42)	68.0% (34)
② 従業員教育として	48.3% (199)	47.3% (53)	50.6% (40)	50.0% (8)	62.5% (5)	46.5% (73)	45.2% (14)	66.7% (6)	44.8% (13)	48.6% (186)	49.0% (144)	48.2% (27)	58.8% (10)	40.0% (18)	48.2% (124)	49.1% (27)	52.0% (26)	44.0% (22)
③ 経営者の方針として	31.1% (128)	34.8% (39)	30.4% (24)	56.3% (9)	37.5% (3)	28.0% (44)	22.6% (7)	22.2% (2)	31.0% (9)	31.1% (119)	32.3% (95)	32.1% (18)	29.4% (5)	22.2% (10)	30.0% (77)	45.5% (25)	26.0% (13)	26.0% (13)
④ 企業イメージの維持・向上	43.9% (181)	36.6% (41)	39.2% (31)	43.8% (7)	50.0% (4)	52.2% (82)	38.7% (12)	44.4% (4)	31.0% (9)	44.9% (172)	47.6% (140)	39.3% (22)	11.8% (2)	37.8% (17)	43.6% (112)	47.3% (26)	42.0% (21)	44.0% (22)
⑤ 当然（あたりまえ）の活動として	61.2% (252)	57.1% (64)	57.0% (45)	56.3% (9)	87.5% (7)	65.6% (103)	64.5% (20)	44.4% (4)	72.4% (21)	60.3% (231)	58.8% (173)	58.9% (33)	76.5% (13)	73.3% (33)	61.1% (157)	50.9% (28)	68.0% (34)	66.0% (33)
⑥ その他	19.4% (80)	17.9% (20)	16.5% (13)	25.0% (4)	37.5% (3)	20.4% (32)	12.9% (4)	44.4% (4)	34.5% (10)	18.3% (70)	18.7% (55)	14.3% (8)	29.4% (5)	26.7% (12)	17.1% (44)	23.6% (13)	18.0% (9)	28.0% (14)
無回答	1.2% (5)	1.8% (2)	1.3% (1)	－ (－)	－ (－)	0.6% (1)	3.2% (1)	－ (－)	－ (－)	1.3% (5)	1.4% (4)	1.8% (1)	－ (－)	－ (－)	0.8% (2)	3.6% (2)	2.0% (1)	－ (－)
合 計	－ (412)	－ (112)	－ (79)	－ (16)	－ (8)	－ (157)	－ (31)	－ (9)	－ (29)	－ (383)	－ (294)	－ (56)	－ (17)	－ (45)	－ (257)	－ (55)	－ (50)	－ (50)

表4 貴社における清掃活動について（単数回答）

	全 体	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	建設業	その他	上 場	非上場	5千万円 以下	5千万円超 1億円以下	1億円超 3億円以下	3億円超	50人以下	50人超 100人以下	100人超 300人以下	300人超
① 清掃は自社社員が行っている	68.4% (283)	70.8% (80)	63.3% (50)	68.8% (11)	50.0% (4)	71.5% (113)	64.5% (20)	55.6% (5)	33.3% (10)	71.1% (273)	79.0% (233)	57.1% (32)	47.1% (8)	21.7% (10)	81.7% (210)	60.7% (34)	40.0% (20)	37.3% (19)
② 清掃は外部に委託している	18.1% (75)	17.7% (20)	17.7% (14)	12.5% (2)	－ (－)	16.5% (26)	32.3% (10)	33.3% (3)	46.7% (14)	15.9% (61)	9.5% (28)	26.8% (15)	35.3% (6)	56.5% (26)	8.2% (21)	25.0% (14)	40.0% (20)	39.2% (20)
③ 清掃は自社社員と外部委託で行っている	13.5% (56)	11.5% (13)	19.0% (15)	18.8% (3)	50.0% (4)	12.0% (19)	3.2% (1)	11.1% (1)	20.0% (6)	13.0% (50)	11.5% (34)	16.1% (9)	17.6% (3)	21.7% (10)	10.1% (26)	14.3% (8)	20.0% (10)	23.5% (12)
無回答	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)
合 計	100.0% (414)	100.0% (113)	100.0% (79)	100.0% (16)	100.0% (8)	100.0% (158)	100.0% (31)	100.0% (9)	100.0% (30)	100.0% (384)	100.0% (295)	100.0% (56)	100.0% (17)	100.0% (46)	100.0% (257)	100.0% (56)	100.0% (50)	100.0% (51)

表5 清掃について ※表4で①または③の回答企業を対象

表5-（1）清掃を始めた時期・きっかけ（自由記述）

表5-（2）清掃を行う範囲（複数回答）

	全 体	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	建設業	その他	上 場	非上場	5千万円 以下	5千万円超 1億円以下	1億円超 3億円以下	3億円超	50人以下	50人超 100人以下	100人超 300人以下	300人超
① オフィス・工場など自社の敷地内	78.8% (267)	79.6% (74)	81.5% (53)	71.4% (10)	75.0% (6)	79.5% (105)	71.4% (15)	66.7% (4)	75.0% (12)	78.9% (255)	79.0% (211)	70.7% (29)	100.0% (11)	80.0% (16)	78.0% (184)	78.6% (33)	86.7% (26)	77.4% (24)
② 自社の敷地に面した道路など （自社の敷地周辺）	49.9% (169)	60.2% (56)	47.7% (31)	42.9% (6)	37.5% (3)	46.2% (61)	42.9% (9)	50.0% (3)	75.0% (12)	48.6% (157)	48.7% (130)	51.2% (21)	27.3% (3)	75.0% (15)	51.7% (122)	40.5% (17)	46.7% (14)	51.6% (16)
③ 自社の敷地に関係なく地域全般 （地域の清掃活動に参加するなど）	8.8% (30)	10.8% (10)	4.6% (3)	21.4% (3)	－ (－)	9.1% (12)	9.5% (2)	－ (－)	37.5% (6)	7.4% (24)	6.7% (18)	12.2% (5)	－ (－)	35.0% (7)	6.4% (15)	9.5% (4)	13.3% (4)	22.6% (7)
無回答	1.5% (5)	1.1% (1)	－ (－)	－ (－)	12.5% (1)	1.5% (2)	－ (－)	16.7% (1)	－ (－)	1.5% (5)	1.1% (3)	4.9% (2)	－ (－)	－ (－)	0.8% (2)	2.4% (1)	－ (－)	6.5% (2)
合 計	－ (339)	－ (93)	－ (65)	－ (14)	－ (8)	－ (132)	－ (21)	－ (6)	－ (16)	－ (323)	－ (267)	－ (41)	－ (11)	－ (20)	－ (236)	－ (42)	－ (30)	－ (31)

表5-(3) 清掃の具体的な内容について（複数回答）

	全 体	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	建設業	その他	上 場	非上場	5千万円 以下	5千万円超 1億円以下	1億円超 3億円以下	3億円超	50人以下	50人超 100人以下	100人超 300人以下	300人超
① オフィス・店舗・工場の清掃	97.6% (331)	96.8% (90)	100.0% (65)	92.9% (13)	100.0% (8)	98.5% (130)	95.2% (20)	83.3% (5)	81.3% (13)	98.5% (318)	98.1% (262)	100.0% (41)	100.0% (11)	85.0% (17)	98.3% (232)	97.6% (41)	96.7% (29)	93.5% (29)
② 機械や什器・備品の清掃	58.7% (199)	76.3% (71)	53.8% (35)	57.1% (8)	100.0% (8)	47.0% (62)	52.4% (11)	66.7% (4)	62.5% (10)	58.5% (189)	57.3% (153)	63.4% (26)	63.6% (7)	65.0% (13)	57.2% (135)	64.3% (27)	56.7% (17)	64.5% (20)
③ トイレ掃除	71.7% (243)	89.2% (83)	72.3% (47)	78.6% (11)	75.0% (6)	59.1% (78)	61.9% (13)	83.3% (5)	43.8% (7)	73.1% (236)	74.5% (199)	73.2% (30)	54.5% (6)	40.0% (8)	76.7% (181)	76.2% (32)	53.3% (16)	45.2% (14)
④ その他	17.1% (58)	17.2% (16)	15.4% (10)	14.3% (2)	12.5% (1)	17.4% (23)	19.0% (4)	33.3% (2)	31.3% (5)	16.4% (53)	17.2% (46)	12.2% (5)	9.1% (1)	30.0% (6)	16.5% (39)	21.4% (9)	20.0% (6)	12.9% (4)
無回答	0.6% (2)	1.1% (1)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	16.7% (1)	－ (－)	0.6% (2)	0.7% (2)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	0.4% (1)	2.4% (1)	－ (－)	－ (－)
合 計	－ (339)	－ (93)	－ (65)	－ (14)	－ (8)	－ (132)	－ (21)	－ (6)	－ (16)	－ (323)	－ (267)	－ (41)	－ (11)	－ (20)	－ (236)	－ (42)	－ (30)	－ (31)

表5-(4) 清掃を行うのは…（単数回答）

	全 体	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	建設業	その他	上 場	非上場	5千万円 以下	5千万円超 1億円以下	1億円超 3億円以下	3億円超	50人以下	50人超 100人以下	100人超 300人以下	300人超
① 経営者のみ	2.1% (7)	1.1% (1)	1.5% (1)	7.1% (1)	－ (－)	2.3% (3)	4.8% (1)	－ (－)	－ (－)	2.2% (7)	2.6% (7)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	3.0% (7)	－ (－)	－ (－)	－ (－)
② 経営者も含めた社員	73.2% (248)	76.3% (71)	78.5% (51)	57.1% (8)	75.0% (6)	72.7% (96)	57.1% (12)	66.7% (4)	43.8% (7)	74.6% (241)	76.4% (204)	68.3% (28)	63.6% (7)	45.0% (9)	79.7% (188)	64.3% (27)	73.3% (22)	35.5% (11)
③ 経営者を除く社員	19.5% (66)	20.4% (19)	9.2% (6)	35.7% (5)	25.0% (2)	19.7% (26)	33.3% (7)	16.7% (1)	50.0% (8)	18.0% (58)	15.4% (41)	26.8% (11)	36.4% (4)	50.0% (10)	12.3% (29)	28.6% (12)	20.0% (6)	61.3% (19)
④ 社員有志	4.7% (16)	2.2% (2)	9.2% (6)	－ (－)	－ (－)	5.3% (7)	4.8% (1)	－ (－)	6.3% (1)	4.6% (15)	4.9% (13)	4.9% (2)	－ (－)	5.0% (1)	5.1% (12)	2.4% (1)	6.7% (2)	3.2% (1)
無回答	0.6% (2)	－ (－)	1.5% (1)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	16.7% (1)	－ (－)	0.6% (2)	0.7% (2)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	4.8% (2)	－ (－)	－ (－)
合 計	100.0% (339)	100.0% (93)	100.0% (65)	100.0% (14)	100.0% (8)	100.0% (132)	100.0% (21)	100.0% (6)	100.0% (16)	100.0% (323)	100.0% (267)	100.0% (41)	100.0% (11)	100.0% (20)	100.0% (236)	100.0% (42)	100.0% (30)	100.0% (31)

表5-(5) 清掃は業務の一環として行っていますか（単数回答）

	全 体	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	建設業	その他	上 場	非上場	5千万円 以下	5千万円超 1億円以下	1億円超 3億円以下	3億円超	50人以下	50人超 100人以下	100人超 300人以下	300人超
① はい	76.4% (259)	83.9% (78)	81.5% (53)	78.6% (11)	100.0% (8)	68.9% (91)	66.7% (14)	66.7% (4)	81.3% (13)	76.2% (246)	74.5% (199)	87.8% (36)	63.6% (7)	85.0% (17)	74.6% (176)	78.6% (33)	76.7% (23)	87.1% (27)
② いいえ	13.0% (44)	10.8% (10)	12.3% (8)	14.3% (2)	－ (－)	15.2% (20)	19.0% (4)	－ (－)	12.5% (2)	13.0% (42)	13.5% (36)	7.3% (3)	27.3% (3)	10.0% (2)	13.6% (32)	9.5% (4)	16.7% (5)	9.7% (3)
無回答	10.6% (36)	5.4% (5)	6.2% (4)	7.1% (1)	－ (－)	15.9% (21)	14.3% (3)	33.3% (2)	6.3% (1)	10.8% (35)	12.0% (32)	4.9% (2)	9.1% (1)	5.0% (1)	11.9% (28)	11.9% (5)	6.7% (2)	3.2% (1)
合 計	100.0% (339)	100.0% (93)	100.0% (65)	100.0% (14)	100.0% (8)	100.0% (132)	100.0% (21)	100.0% (6)	100.0% (16)	100.0% (323)	100.0% (267)	100.0% (41)	100.0% (11)	100.0% (20)	100.0% (236)	100.0% (42)	100.0% (30)	100.0% (31)

表6 「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動の効果について（複数回答）

	全 体	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	建設業	その他	上 場	非上場	5千万円 以下	5千万円超 1億円以下	1億円超 3億円以下	3億円超	50人以下	50人超 100人以下	100人超 300人以下	300人超
① 売上が向上した （新規顧客・取引先の獲得など）	10.1% (42)	10.6% (12)	7.6% (6)	12.5% (2)	12.5% (1)	12.0% (19)	6.5% (2)	－ (－)	3.3% (1)	10.7% (41)	11.5% (34)	10.7% (6)	－ (－)	4.3% (2)	10.9% (28)	8.9% (5)	6.0% (3)	11.8% (6)
② 作業・業務効率の向上およびコスト の削減が実現した	36.7% (152)	46.0% (52)	36.7% (29)	25.0% (4)	25.0% (2)	32.9% (52)	38.7% (12)	11.1% (1)	40.0% (12)	36.5% (140)	35.3% (104)	44.6% (25)	35.3% (6)	37.0% (17)	34.6% (89)	37.5% (21)	46.0% (23)	37.3% (19)
③ 職場の環境・公衆衛生・安全性が 向上した	67.1% (278)	76.1% (86)	67.1% (53)	75.0% (12)	62.5% (5)	62.0% (98)	71.0% (22)	22.2% (2)	70.0% (21)	66.9% (257)	65.8% (194)	73.2% (41)	76.5% (13)	65.2% (30)	64.2% (165)	67.9% (38)	84.0% (42)	64.7% (33)
④ 機械や什器・備品の耐用年数が向 上した	16.7% (69)	21.2% (24)	19.0% (15)	18.8% (3)	50.0% (4)	13.3% (21)	3.2% (1)	11.1% (1)	10.0% (3)	17.2% (66)	18.3% (54)	17.9% (10)	11.8% (2)	6.5% (3)	18.3% (47)	14.3% (8)	14.0% (7)	13.7% (7)
⑤ 環境対策・リサイクルの徹底が実 現した	21.7% (90)	28.3% (32)	20.3% (16)	－ (－)	－ (－)	20.3% (32)	29.0% (9)	11.1% (1)	30.0% (9)	21.1% (81)	18.6% (55)	28.6% (16)	29.4% (5)	30.4% (14)	17.5% (45)	23.2% (13)	42.0% (21)	21.6% (11)
⑥ 従業員のモチベーション・モラルが 向上した	44.2% (183)	46.0% (52)	48.1% (38)	31.3% (5)	50.0% (4)	40.5% (64)	45.2% (14)	66.7% (6)	43.3% (13)	44.3% (170)	45.1% (133)	41.1% (23)	52.9% (9)	39.1% (18)	42.8% (110)	46.4% (26)	50.0% (25)	43.1% (22)
⑦ 従業員間のチームワーク・連帯感 が向上した	26.3% (109)	26.5% (30)	29.1% (23)	18.8% (3)	50.0% (4)	27.2% (43)	16.1% (5)	11.1% (1)	23.3% (7)	26.6% (102)	27.1% (80)	26.8% (15)	23.5% (4)	21.7% (10)	26.8% (69)	25.0% (14)	22.0% (11)	29.4% (15)
⑧ 社風の確立、経営方針の定着、企 業イメージの向上に役立った	38.6% (160)	38.1% (43)	41.8% (33)	25.0% (4)	37.5% (3)	38.6% (61)	29.0% (9)	77.8% (7)	40.0% (12)	38.5% (148)	37.3% (110)	48.2% (27)	35.3% (6)	37.0% (17)	34.2% (88)	53.6% (30)	40.0% (20)	43.1% (22)
⑨ その他	10.4% (43)	8.0% (9)	10.1% (8)	12.5% (2)	12.5% (1)	11.4% (18)	12.9% (4)	11.1% (1)	6.7% (2)	10.7% (41)	12.5% (37)	5.4% (3)	5.9% (1)	4.3% (2)	13.2% (34)	3.6% (2)	6.0% (3)	7.8% (4)
無回答	5.8% (24)	7.1% (8)	6.3% (5)	－ (－)	12.5% (1)	5.1% (8)	－ (－)	22.2% (2)	10.0% (3)	5.5% (21)	4.7% (14)	3.6% (2)	5.9% (1)	15.2% (7)	4.3% (11)	7.1% (4)	4.0% (2)	13.7% (7)
合 計	－ (414)	－ (113)	－ (79)	－ (16)	－ (8)	－ (158)	－ (31)	－ (9)	－ (30)	－ (384)	－ (295)	－ (56)	－ (17)	－ (46)	－ (257)	－ (56)	－ (50)	－ (51)

表7 「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動を今後も…（単数回答）

	全 体	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	建設業	その他	上 場	非上場	5千万円 以下	5千万円超 1億円以下	1億円超 3億円以下	3億円超	50人以下	50人超 100人以下	100人超 300人以下	300人超
① 継続する	94.9% (393)	97.3% (110)	96.2% (76)	93.8% (15)	100.0% (8)	93.0% (147)	96.8% (30)	77.8% (7)	93.3% (28)	95.1% (365)	95.9% (283)	98.2% (55)	94.1% (16)	84.8% (39)	95.7% (246)	94.6% (53)	96.0% (48)	90.2% (46)
② 継続しない	0.5% (2)	－ (－)	1.3% (1)	－ (－)	－ (－)	0.6% (1)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	0.5% (2)	0.7% (2)	－ (－)	－ (－)	－ (－)	0.8% (2)	－ (－)	－ (－)	－ (－)
無回答	4.6% (19)	2.7% (3)	2.5% (2)	6.3% (1)	－ (－)	6.3% (10)	3.2% (1)	22.2% (2)	6.7% (2)	4.4% (17)	3.4% (10)	1.8% (1)	5.9% (1)	15.2% (7)	3.5% (9)	5.4% (3)	4.0% (2)	9.8% (5)
合 計	100.0% (414)	100.0% (113)	100.0% (79)	100.0% (16)	100.0% (8)	100.0% (158)	100.0% (31)	100.0% (9)	100.0% (30)	100.0% (384)	100.0% (295)	100.0% (56)	100.0% (17)	100.0% (46)	100.0% (257)	100.0% (56)	100.0% (50)	100.0% (51)

表8 「清掃、整理・整頓、清潔」に関する活動について感じるところ、ご意見について（自由記述）

平成 24 年 2 月 16 日

「掃除でおもてなし・ガイドブック」について

1. 主 旨

“サービス”における「おもてなしの充実化」、「生産性の向上」を実現するうえで、業種を問わず必要とされる様々な要件の中でも、「清掃、整理・整頓、清潔」の重要性・普遍性について紹介する。

2. 内 容

(1) 名称： 「掃除でおもてなし・ガイドブック」

(2) 体裁： A4判 カラー12ページ（表紙・裏表紙含む）

(3) 目次：

- ①「関西サービス・イノベーション創造会議」の紹介（1ページ）
- ② 加護野忠男・甲南大学特別客員教授からの主旨紹介（1ページ）
- ③「清掃、整理・整頓、清潔」に関するアンケート調査結果（3ページ）
- ④ 大森信・日本大学経済学部准教授によるアンケート調査結果の検証：（1ページ）
- ⑤「清掃、整理・整頓、清潔」に注力する企業事例の紹介（3ページ）
- ⑥ 大商集団の日本訪問アンケート調査結果（1ページ）

(4) 発行予定： 平成24年3月中旬

以 上

平成24年2月16日

「掃除でおもてなし・セミナー」の開催について**1. 主 旨**

“サービス”における「おもてなしの充実化」、「生産性の向上」を実現するうえで、業種を問わず必要とされる様々な要件の中でも、「掃除」「5 S」の重要性・普遍性を紹介する。

2. 名 称

「掃除でおもてなし・セミナー」

3. 内 容

(1) 日時：平成24年3月26日（月）14：00～16：30

(2) 場所：大阪商工会議所 7階 国際会議ホール

(3) 参加：無料（定員500名、申込先着順）

(4) 次第：

14：00 開会挨拶

大阪商工会議所 流通活性化委員長 山本 博史

14：05 基調講演

「経営理念の伝承手段としての掃除」

甲南大学 特別客員教授 加護野 忠男 氏

14：40 特別講演

「凡事徹底 ～平凡なことを非凡に努める～」

NPO 法人日本を美しくする会 相談役 鍵山 秀三郎 氏

15：20 パネルディスカッション

「明日に輝く企業経営“掃除”で会社を元気にしよう！」

【パネリスト】

NPO 法人日本を美しくする会 相談役 鍵山 秀三郎 氏

甲南大学 特別客員教授 加護野 忠男 氏

日本大学 経済学部 准教授 大森 信 氏

幸南食糧株式会社 取締役会長 川西 修 氏

株式会社山田製作所 代表取締役社長 山田 茂 氏

【コーディネーター】

産業情報化新聞社 代表取締役 竹原 信夫 氏

以 上

掃除で おもてなし セミナー

人が、会社が、経営が変わる！



掃除で、おもてなし！

参加無料

企業経営において、その重要性が注目される「掃除、整理・整頓、清潔」。
経営学の観点から加護野忠男教授の基調講演、
そして、日本を美しくする会 鍵山秀三郎相談役から特別講演を。
さらに、経営者、学識経験者を交えたパネルディスカッションで議論を深めます。

開催：2012年3月26日(月) 14:00～16:30
場所：大阪商工会議所7階 国際会議ホール

大阪商工会議所



参加者全員に、
「掃除でおもてなし
ガイドブック」
を贈呈します！

参加無料

「掃除でおもてなしセミナー」(3月26日)参加申込書
FAX: 06-6944-6565 (大阪商工会議所 流通・サービス産業部 流通担当行)

【申し込み方法】以下の申込書にご記入の上、**FAX 06-6944-6565** にご送付下さい。
【申し込み締め切り】定員(500名限り)に達し次第締め切りますので、お早めにお申し込み下さい。

貴社・団体名

所在地

TEL

FAX

ご参加される方の

お名前	お役職	メールアドレス

○プログラム、講師、会場等が都合により変更になる場合がありますので、予めご了承下さい。
○ご記入頂いた情報は、大阪商工会議所からの各種連絡・情報提供(eメール含む)のために利用するのをはじめ、
講師には参加者名簿として配布します。

掃除でおもてなしセミナー

プログラム

2012年3月26日(月) 14:00~16:30

於:大阪商工会議所7階 国際会議ホール

14:00 開会挨拶

大阪商工会議所 流通活性化委員長 山本 博史

14:05 基調講演

「経営理念の伝承手段としての掃除」

甲南大学 特別客員教授 加護野 忠男 氏

14:40 特別講演

「凡事徹底 ～平凡なことを非凡に努める～」

特定非営利活動法人日本を美しくする会 相談役 鍵山 秀三郎 氏

15:20 パネルディスカッション

「明日に輝く企業経営 ～“掃除”で会社を元気にしよう!～」

【パネリスト】

甲南大学 特別客員教授 加護野 忠男 氏

特定非営利活動法人日本を美しくする会 相談役 鍵山 秀三郎 氏

幸南食糧株式会社 取締役会長 川西 修 氏

株式会社山田製作所 代表取締役社長 山田 茂 氏

日本大学 経済学部 准教授 大森 信 氏

【コーディネーター】

産業情報化新聞社 代表取締役 竹原 信夫 氏

16:30 終了



掃除で、おもてなし!

講師紹介



かごの ただお
加護野 忠男

(甲南大学 特別客員教授)

1947年大阪生まれ。1988年神戸大学経営学部教授・経営学博士。神戸大学大学院経営学研究科教授を経て、2011年～甲南大学特別客員教授。専門分野は経営戦略論・経営組織論。研究テーマは日本の会社制度、経営戦略、経営組織についての総合的研究。著書は、「経営組織の環境適応」(白桃書房)「日本企業の多角化戦略」(共著:日本経済新聞社)など多数。



かぎやま ひでざぶろう
鍵山 秀三郎

(特定非営利活動法人
日本を美しくする会 相談役)

1933年東京生まれ。株式会社ローヤル(現イエローハット) 創業者。掃除をテーマにした活動・講演を全国各地で行っている。著書に「凡事徹底」「鍵山秀三郎語録」「小さな実践の一步から」「掃除に学んだ人生の法則」(いずれも致知出版社刊)「正しく生きる」(アスコム社刊)。

ちょっとした気づきで
企業と人は変わる



良い現場は、
最高のセールスマン



「トイレ掃除の経営学」
著者



「日本一明るい経済新聞」
編集長



かわにし おさむ
川西 修

(幸南食糧株式会社 取締役会長)

1946年香川県生まれ。高校卒業後、大阪に出てお米の業界で修業。72年に7坪の貸し店舗で独立起業する。76年、幸南食糧株式会社、米穀卸メーカーを設立。変化に対応できる企業作り・人作りを、現場主義で取り組み「ちょっとした気づきで企業と人は変わる」という“気づき教育”を徹底。年商220億円を売り上げる企業へと成長させる。現在は人材教育や経営指南の講演活動も行う。

やまだ しげる
山田 茂

(株式会社山田製作所 代表取締役社長)

1962年生まれ。2001年2月株式会社山田製作所代表取締役社長就任。同社は、「良い現場は、最高のセールスマン」「守る事を決めて、決めた事を守る」「人が変わる、そして会社が変わる」をスローガンに、徹底した3S活動に取り組んでいる。

おおもり しん
大森 信

(日本大学 経済学部 准教授)

2001年神戸大学大学院経営学研究科博士課程修了。博士(経営学)。城西国際大学専任講師、東京国際大学商学部助教授を経て現職。経営戦略論ならびにマネジメント論担当。一般社団法人日本スロースタイル協会理事。経営研究所コーディネーター補佐。著書に「トイレ掃除の経営学 -Strategy as Practice アプローチからの研究」(白桃書房)。

たけはら のぶお
竹原 信夫

(産業情報化新聞社 代表取締役)

1971年フジサンケイグループ日本工業新聞入社。1997年～2000年大阪経済部長。2001年に独立し、産業情報化新聞社を設立。年間約500人の中小企業経営者に取材し、月刊紙「日本一明るい経済新聞」を発行する。講演、NHKテレビ「おはよう関西」元気中小企業コーナーに出演するなど講演、TV出演など多数。