

V 振興指針

◎クリーニング業の振興指針

〔平成 21 年 2 月 23 日〕
厚生労働省告示第 39 号

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和 32 年法律第 164 号）第 56 条の 2 第 1 項の規定に基づき、クリーニング業の振興指針（平成 16 年厚生労働省告示第 61 号）の全部を次のように改正し、平成 21 年 4 月 1 日から適用する。

クリーニング業の振興指針

クリーニング業の営業者は、クリーニング業法（昭和 25 年法律第 207 号）等を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い利用者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められる一方、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策を講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面がある。このため、生活衛生同業組合（生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。）及び全国クリーニング生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）等が実施する経営相談による支援に加え、株式会社日本政策金融公庫（以下「日本政策金融公庫」という。）による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、クリーニング業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用者の利益の擁護に資することを目的として、定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、クリーニング業の活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、日常生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、活力ある地域社会づくりへの貢献など、クリーニング業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすことが期待される。

第 1 営業の振興の目標に関する事項

一 クリーニング業を取り巻く環境

クリーニング業は、国民の衛生的で快適な衣料及び住環境を確保するとともに、家事労働の代替サービスを提供することにより、国民生活の向上に大いに寄与してきたところである。

しかし、近年、経済状況についての先行き不安感、家庭用洗濯機及び洗剤の進歩、コインランドリーの普及、形状安定素材を使用した衣料の普及等による利用者の家計支出に占めるクリーニングに関する支出の減少、大規模企業による取次チェーン店の展開や無店舗型取次サービスといった新しい営業形態を採る企業の参入等による過当競争の激化が見られる中、施設数は平成 14 年度においては約 15 万 7 千カ所であったが平成 19 年度においては約 14 万 1 千カ所に減少しており、このうち平成 19 年度における一般クリーニング所数は約 4 万カ所、取次所は約 10 万 1 千カ所となっている。従事クリーニング師数は、平成 14 年度の約 6 万 5 千名から平成 19 年度には約 6 万名となっている。

一方、新素材の開発、普及等、衣類の多様化に伴うクリーニング事故に対する苦情の増加、ドライクリーニング溶剤等化学物質に対する環境規制の強化、臭気、騒音等クリーニング所の環境面における配慮の必要性の増加、営業者の高齢化と後継者の不足、近年の原材料価格の上昇等もみられ、クリーニング業界をめぐる環境には大変厳しいものとなっている。

このような環境の中で、クリーニング業の振興を図るためには、従来にも増して利用者の立場に立ったサービスの提供に向けた努力、環境保全対策の推進、共同事業の強化等経営効率化の努力、利用者への説明や苦情処理の適正化等の利用者の信頼を得る営業努力等が重要である。

二 今後 5 年間（平成 25 年度末まで）における営業の振興の目標

クリーニング業は、人体の分泌物、ほこり、微生物等により汚染された衣料等を処理する営業であり、病原微生物に汚染されたおそれのある衣料等を洗濯することによる公衆衛生上の危害の発生を防止するため、その取扱い及び処理を衛生的かつ適正に行うことは、営業者の責務である。また、石油系溶剤等の残留による健康被害が生じないように留意することが必要である。

一方、原材料価格の高騰や世界的な金融危機等に伴う経済状況の変化が予想される中で、経営の安定化を

図るために、経営方針を明確化するとともに、利用者の立場に立った付加価値を創出するためのサービスの見直しや組合等が推進する共同事業の積極的な活用による経営の効率化に努めることが必要である。

また、新たな素材による繊維製品の普及等により、クリーニング事故や苦情が増加している。このような事故等を防ぐために、受付を行う従業者の知識及び説明の水準を上げるとともに、事故が生じた後の苦情処理の適正化に努め、利用者の信頼を得る営業を目指すことが必要である。

さらに、環境保全についての国民の関心は一層高くなっており、ドライクリーニング溶剤等の化学物質を使用する機会が多いクリーニング業にとっては、環境保全対策に積極的に取り組んでいくことが重要である。

各営業者は、衛生水準の向上、付加価値を創出するための経営改善、クリーニング事故の防止及び利用者への情報提供、環境保全の推進等に積極的に取り組むことにより、衣料等の保全に係る総合的なサービス業としての独自性を発揮し、クリーニング業に対する利用者の理解と信頼の向上を図ることを目標とすべきである。

第2 クリーニング業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(一) 衛生水準の向上に関する事項

ア 日常の衛生管理に関する事項

近年のセレウス菌、ノロウイルス等の感染症の発生状況を踏まえ、クリーニング業においても、公衆衛生の見地から感染症対策の充実を図ることが要請されている。このため、洗濯前の衣料と洗濯後の衣料の適切な区分け、消毒等の処理、施設及び設備の清潔保持と従業者への衛生教育の徹底や健康管理を行うべきである。また、石油系溶剤の残留による化学やけどの防止のため、ドライチェッカー(石油系溶剤残留測定機)による溶剤の乾燥状態の確認の励行にも取り組むべきである。

イ 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、店舗の内外装を美しく、かつ、衛生的にすることが基本であり、取次所や洗濯物の集配車を含めて、洗濯前の衣料と洗濯後の衣料を区分するなど、一定の衛生水準を保つ構造設備にするよう留意するとともに、石油系溶剤の残留による健康被害が生じないような設備の点検及び整備に努めるものとする。

(二) 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、利用者に衣料等の保全に係る総合的なサービスを提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、次に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、自店の経営能力や市場の状況を適切に把握し、それに適合した経営を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、顧客層、経営規模、技術力等自店の経営上の特質を十分把握した上で、自店がどのような客層を対象にどのようなサービスを重点的に提供するのかという経営方針を明確化することが重要である。

既に地域に定着している店であっても、顧客層の変化、周囲の競合店の状況等の情報を収集し、自らの店が利用者に提供すべきサービスを見直すなど、経営意識の改革に努めるとともに、将来を見据えた経営方針を改めて検討することが必要である。

特に、家族経営等の小規模店は、営業者や従業員が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

それぞれの店の立地条件及び経営方針に照らし、営業日、営業時間、季節外衣料の有料保管の実施など、サービスの内容を見直すとともに、店内の雰囲気、接客態度、衣料の特徴に合った洗濯や保管知識の提供、リフォーム、和服の洗濯、しみ抜きや丁寧な仕上げ等の利用者の立場に立った観点からのサービスを見直し、競合店との違いを明確に打ち出す等により、付加価値を高めるように努めるものとする。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、清潔で好ましい店となるよう、定期的な内装及び外装の改装、施設及び設備のバリアフリー化、サービスの高付加価値化並びに生産性の向上に努めるものとする。

また、従業者の安全衛生の確保及び労働条件の改善並びに環境保全や省エネルギーの観点からの施設及び設備の必要な改善に努めるものとする。

エ 情報通信技術を利用した新規顧客の獲得及び顧客

の確保に関する事項

営業者は、顧客との信頼関係に基づき顧客情報を適正に管理し、その情報を基に、各種サービスの実施等の催事情報をダイレクトメールで顧客に発送するなど、顧客への積極的な働きかけをするとともに、パーソナルコンピュータを利用して業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

また、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用し、ホームページの開設、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。

さらに、利用者の利便を考慮して、クリーニングギフト券、クレジットカード、電子決済等の普及に努めることも必要である。

営業者は、必ずしも個人情報保護に関する法律（平成15年法律第57号）に規定される個人情報取扱事業者に該当するとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客データ等の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、店外を始めとして、利用者の見やすい場所にサービスの項目及び料金並びに苦情の申出先を明示するものとする。

また、営業者は、財団法人全国生活衛生営業指導センター（昭和55年3月24日に財団法人全国環境衛生営業指導センターという名称で設立された法人をいう。以下「全国指導センター」という。）が定めるサービスの内容並びに施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とするクリーニング業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録をし、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

クリーニング業は、受託した衣料の破損、仕上がりへの不満等事故や苦情の多い業態である。このため、洗濯物の受取及び引渡しの際には、処理方法等について利用者に対する十分な説明に努めなければならない。そのため、クリーニング事故防止システム等の活用による新たな衣料に関する知識の取得等により、事故の未然防止に努めるとともに、事故が生じた場合には、適切かつ誠実な苦情処理と賠償責任保険等を活用した損害の補填により、利用者との信頼関係の維持向上に努めるものとする。

カ 従業員の資質の向上に関する事項

クリーニング業の新たな発展を期するためには、技術力、情報収集力、人的能力等の質的な経営資源

を充実し、経営力の強化を図る必要があるが、特に人材の育成は、経営上の重要な点である。

したがって、営業者は、従業員の資質の向上に関する情報を収集し、繊維製品に関する知識を習得するなど、進んで自己研さんに努め、従業員が衣料の受取時に利用者に対して行う素材、色、デザイン、仕上がりに関する事前説明を徹底するなど、職場内指導を充実するとともに、自治体、都道府県指導センター、組合等の実施するクリーニング師研修会への積極的参加や講習会等あらゆる機会を活用して従業員の資質の向上を図り、その能力を効果的に発揮できるよう努めるとともに、適正な労働条件の確保に努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

(一) 組合及び連合会による営業者への支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、営業者及びクリーニング師の衛生管理の手引の作成等による普及啓発、基礎的技術の改善、感染症、化学やけど等の新たな健康被害に関する研究の推進及び新技術の研究開発並びに衛生管理体制の整備充実を努めるものとする。

イ 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、利用者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言及び情報提供に努めるものとする。

ウ 利用者の利益の増進に関する事項

サービスの適正表示や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成による普及啓発、クリーニング事故防止システムの改善及び普及並びにクリーニング物の誤配防止に係る品物管理システムの普及に努めるものとする。

また、クリーニング製品の安全・安心に係る危機管理マニュアルの作成、賠償責任保険への加入促進、利用者の意見等に関する情報の収集及び提供並びに消費者教育支援センター等との連携による利用者のクリーニング業に対する正しい知識の啓発普及に努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の合理化及び効率化

に必要な情報、立地条件等経営環境に関する情報並びにクリーニング業界の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努めるものとする。

オ 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項
クリーニング師等の資質の改善向上を図るための研修会、講習会及び技能コンテストの開催等教育研修制度の充実強化に努めるものとする。また、自治体が主催するクリーニング師研修会の受講の支援に努めるものとする。

カ 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。特に、経営環境の悪化や住宅密集地域におけるクリーニング所の立地の困難化及び営業者の高齢化が進む中で、組合や経営方針を同じくする営業者間でのクリーニング工場の共同化、自店では特定分野の商品の処理に特化し、それ以外の商品は各々の分野に特化した他の営業者へ依頼を行う方式(マシーン・リング方式)についての指導に努めるものとする。

また、公害防止設備及び付帯設備の導入においても、営業者間での協業化の推進及び指導に努めるものとする。

キ 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、クリーニング機械業界、資材業界等の関連業界の協力を得ながらの取引条件の合理的改善及び組合員等の経済的地位の向上に努めるものとする。

また、関連業界と連携を深め、情報の収集及び交換の機会確保に努めるものとする。

ク 従業員の福祉の充実に関する事項

従業員の労働条件整備、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援、医療保険(国民健康保険又は健康保険)、年金保険(国民年金又は厚生年金保険)及び労働保険(雇用保険及び労働者災害補償保険)の加入等に係る啓発、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生充実並びに共済制度(退職金、生命保険等)の整備及び強化に努めるものとする。

さらに、男女共同参画社会の推進及び少子・高齢化社会への適切な対応に配慮した従業員の福祉の充実に努めるものとする。

ケ 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ、成功事例等の経営知識の情報提供及び後継者支援事業の促進に努めるものとする。

(二)行政施策及び政策金融による営業者への支援並びに利用者の信頼の向上

ア 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のため経営指導員、経営特別相談員等による具体的指導、助言等の支援を行うとともに、利用者からの苦情や要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、利用者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者及び未加入営業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

イ 全国指導センターにおいては、アの都道府県指導センターの取組を推進するため、利用者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整備、営業者に対するこれらの情報提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

また、標準営業約款制度に関し、都道府県指導センターと連携を図り、各営業者の標準営業約款の登録の促進策を講じるものとする。

ウ 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、クリーニング業法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、クリーニング師研修及び従事者講習の実施、クリーニング業に関する指導監督、安全衛生に関する情報提供その他の必要な支援に努めるものとする。

エ 日本政策金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者等が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の設置等必要な支援を行うとともに、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握、分析及び関係団体への情報提供に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境の保全

営業者は、営業活動に伴う水質汚濁、大気汚染、悪臭、土壌汚染、騒音等の公害の発生の防止及び産業廃棄物の適正な処理のために、公害防止関係法令等を十分理解し、遵守するとともに、設備の改善などの必要な措置を講じ、環境の保全に積極的に努めるものとする。

しかしながら、これらの問題に対処するためには、新しい設備及び技術の導入等が不可欠であり、相当額の資金の確保とともに、新しい設備及び技術に対応できる人材が必要となるなど、組合及び連合会を含めた

組織的な対応が望まれる。

二 省エネルギーの強化及びリサイクル対策の推進

営業者は、店舗の改修、ボイラー等の機器の購入及び更新に際しても、省エネルギー性能の高い機器の導入について配慮し、温室効果ガス排出の抑制に努めるものとする。

また、ハンガー、ポリ包装資材等の3R(廃棄物の発生抑制、再利用及び再資源化)の推進のため、リサイクル方法等について組合で統一するなど組織的な対応が望まれる。

三 少子・高齢化社会等への対応

クリーニング店は、商店街や住宅街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であると言える。営業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、洗濯物の集荷・配達サービスなど、高齢化社会における幅広い取組が期待される。

また、営業者は、クリーニング店が身体障害者補助犬法(平成14年法律第49号)により身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入店を拒否できないことを十分認識し、対応することが必要である。

このほか、営業者は、利用者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努め、また、高齢者、障害者、妊産婦等に対して優しい環境の実現等について取り組むことが必要である。

四 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対してクリーニング店の存在、提供するサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、地域における街づくりへの積極的な参加や、地域における防犯活動への協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組むとともに、営業者を支援することが期待される。

また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色ある取組を支援することが期待される。

◎飲食店営業(すし店)の振興指針

〔平成21年2月23日〕
〔厚生労働省告示第41号〕

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律(昭和32年法律第164号)第56条の2第1項の規定に基づき、飲食店営業(すし店)の振興指針(平成16年厚生労働省告示第62号)の全部を次のように改正し、平成21年4月1日から適用する。

飲食店営業(すし店)の振興指針

すし店営業(主としてすしを扱う飲食店営業をいう。以下同じ。)の営業者は、食品衛生法(昭和22年法律第233号)等の衛生規制を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い消費者ニーズへの対応など経営上の課題への取組が求められる一方、個人経営が多いため、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策を講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面もある。このため、生活衛生同業組合(生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。)及び全国すし商生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター(以下「都道府県指導センター」という。)等が実施する経営相談による支援に加え、株式会社日本政策金融公庫(以下「日本政策金融公庫」という。)による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、すし店営業が抱えている諸問題を克服し、専門店としての独自性を発揮できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と消費者の利益の擁護に資することを目的として、定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、すし店営業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、食生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、活力ある地域社会づくりへの貢献など、すし店営業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすことが期待される。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 すし店営業を取り巻く環境

すし店営業は、伝統的飲食業種として国民の日常生活に密接に関連し、食生活の充実と日本の食文化に大きく貢献してきた。

しかし、近年、経済状況についての先行不安感、法人等の交際費による需要の減少、国際的なすしの人気の高まりによる原材料の価格上昇、消費者の食生活の多様化及び嗜好の変化、「回転すし」に代表されるようなチェーン店を中心とした新規開業の増加、持ち帰り専門店や宅配専門店との競争の激化など、すし店営業を取り巻く経営環境は大きく変化している。こうした中、事業者数は、平成13年度の約4万カ所から平成18年度には3万2千カ所に減少しており、従業者数についても平成13年度の約23万4千名から平成18年度には約21万6千名に減少している。

また、消費者の食生活の多様化や嗜好の変化により、家計に占める外食のすしに対する支出が減少傾向にあることは懸念材料である。

さらに、近年の偽装表示等食品をめぐる問題により、食品の安全や安心及び原産地等の情報に関して消費者の関心が高まっており、すし店営業においても、食品衛生法等の関係法令による表示義務を遵守し、消費者に対して納得と安心感を提供することが重要な経営課題となっている。

また、社会全体の高齢化の中で、営業者自身の高齢化による後継者問題に加え、増加する高齢者層の顧客への対応も求められている。

一方、すしは、ファッションナブルで健康に良い食品として世界各地で関心が高まり、国内でも健康に関心の高い層から歓迎されている状況にあり、国民の人気は依然根強いものがある。

二 今後5年間（平成25年度末まで）における営業の振興の目標

すし店営業は、食品を調理し、顧客に飲食させる営業であって、その取り扱う食品が主として生鮮魚介類であり、その調理方法が直接人の手指によるものであることから、食中毒等食品衛生上の問題が起りやすい環境にある。したがって、これらの衛生上の危険を防止し、消費者に対して安全で良質な商品を提供することは営業者の責務である。

また、すし店営業の営業者には、消費者から安全で信頼され得る商品を提供することが求められている。このため、産地等消費者が求める情報の提供に努め、消費者に納得と安心感を提供することが重要である。

一方、すし店営業といえば、高級で、単価が高いといった印象があり、また、初めての顧客が店に入りやすく、単価の表示も明確でないという店が多かったため、消費者の需要が回転すし等のチェーン店や他の外食産業に向かう状況にあり、従来型の専門店の業績悪

化につながっている。高級店、地域に密着した店等の目指すべき経営戦略にもよるが、このような専門店離れの傾向に対処するためには、会計の明朗化、店の雰囲気、経営者及びすし職人等従事者の接客態度の改善を図ることにより、店に入りやすくする工夫に努めるものとする。

さらに、多様化する消費者の要望を的確にとらえ、新たな顧客を確保するためには、宣伝活動や新メニューの開発が必要である。すなわち、食を通じた健康作りに関心が高まっていることを踏まえ、新鮮で栄養素に富んだすしの良さを情報提供するとともに、「量をたくさん食べたい」、「美味しいものを少しずつ食べたい」等の若者から高齢者までの様々な要望に合うメニューを開発することにより、消費者のすしに対する様々な要望に対して積極的に応えて行くことが必要である。

各営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、新メニューの開発、消費者に対する情報提供等に積極的に取り組むことにより、専門店としての独自性を発揮し、消費者の理解と信頼の向上を図ることを目標とすべきである。

第2 すし店営業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(一) 衛生水準の向上に関する事項

ア 日常の衛生管理に関する事項

営業者は、食品衛生法等の関係法令を遵守することは当然であり、加えて衛生水準の一層の向上を図るため、食品衛生に関する専門的な知識を深めるとともに、食品衛生責任者の活用や調理器具、容器、食器等の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

さらに、営業者は、消費者が信頼し、安心できる商品を提供するために、店舗の衛生管理及び従業員の健康管理を行い、食中毒等食品衛生上の問題が発生しないようにすることが重要である。特に、生鮮魚介類を保管する冷蔵設備の温度管理については、毎日定期的実施することが必要である。

また、営業者は、衛生管理上の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店が講じている措置について、消費者に対し積極的に周知することが必要である。また、従業員の清潔な着衣の使用、手洗いの励行、店舗の清掃等により、消費者に不快感を与えない配慮が必要である

イ 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生的管理の取組に加えて、定期的かつ適切に自店の施設及び設備の衛生面の改善に取り組むことが必要である。特に、生鮮魚介類の保管管理を徹底することが重要であるため、その管理に必要な冷蔵設備、ショーケース、容器等の改善に取り組むことが必要である。

(二) 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自主的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する良質なすしを提供し、もって国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、次に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、自店の経営能力や市場の状況を適切に把握し、それに適合した経営を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、顧客層、経営規模、メニュー等を考慮し、例えば、食材や技術にこだわりを持った高級店、地域に根ざし、若者、女性客、家族客等を対象とする店、多様なメニューを提供する店等経営方針を明確化することが重要である。

その際、顧客層の変化、消費者の要望の変化、新しい顧客に対する店の印象等顧客に関する情報やすし以外の外食店も含めた周囲の競合店の状況に関する情報等を収集し、他店のサービスと比較して、食材の品質に比して割安感のある価格設定、技術力、接客態度等について、自らの店が利用者に提供すべき付加価値を見直すなど、経営意識の改革に努めるとともに、経営方針について将来まで見据えた上で改めて検討することが必要である。

特に、家族経営等の小規模店は、営業者や従業員が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、自店の立地条件及び経営方針に照らし、家族客をターゲットとした休日営業や昼食時の営業に配慮した営業時間の設定等の検討を行うとともに、清潔で入りやすい店内の雰囲気作り、接客態度、消費

者の関心の高い情報の提供等顧客の立場に立ったサービスの見直しに努めるとともに、食材を盛りつける器についても、店の特色を表す工夫が必要である。

メニューの開発に当たっては、産地、調理方法等の特色により、店として中核的な商品となるものを開発するとともに、消費者の健康に関する意識に留意し、栄養素、総カロリー量、塩分量等に配慮した商品を提供することが重要である。さらに、このような中核的な商品の情報を消費者に積極的に提供することが望ましい。

また、昼食時のメニューの開発やすし種への生鮮魚介類以外の食材の追加、若者、女性、子ども、高齢者等各々の要望に対応した健康的なメニューなど、自店の経営方針と消費者の要望に的確に対応したメニューの開発に努めるとともに、四季折々の季節の行事に合わせたすしの開発や宣伝が望まれる。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、自店が飲食物を提供する営業施設であることを十分に認識し、安全で衛生的な施設となるよう、定期的な内外装の改装に努めるとともに、顧客層、経営方針、店の規模等に応じ、各店舗の特性を踏まえて伝統を重んじた清潔な雰囲気醸成、高齢者等に配慮したバリアフリー対策の実施や省エネルギー対応の冷凍・冷房設備等の導入など、合理的で効率的な経営のために必要な施設及び設備の改善に努める必要がある。

また、施設を改善するに当たっては、顧客層、経営方針、店の規模等に配慮した上で、店内の分煙や喫煙時間の設定を含む禁煙等受動喫煙を防止するために必要な措置を講ずるように努めなければならない。

エ 情報通信技術等を利用した新規顧客の獲得及び顧客の確保に関する事項

営業者は、顧客との信頼関係に基づき顧客情報を適正に管理し、その情報を基に誕生日又は記念日に合わせて季節のメニューやサービス等について顧客へのダイレクトメールの発送や、すし券事業の活用等により、顧客への積極的な働きかけをするとともに、パーソナルコンピュータを利用して業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

また、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用し、ホームページの開設、割引サービスの実施、インターネット注文の活用、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。

さらに、消費者の利便を考慮して、クレジットカード、電子決済等の普及に努めることも必要である。

営業者は、必ずしも個人情報の保護に関する法律(平成15年法律第57号)に規定される個人情報取扱事業者に該当するとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客データ等の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、消費者に納得と安心感を与えるため、自店の特質に応じ、分かりやすいメニュー等の表示に努めることが必要である。特に消費者の食の安全への関心の高まりに対応するため、食材の産地表示、天然と養殖の別表示、食物アレルギーなど消費者の健康被害防止を目的とした表示に心がけることが必要である。

消費者の健康志向に対しては、生活習慣病予防を中心とした健康づくりという観点から、厚生労働省及び農林水産省が平成17年6月に作成した食事バランスガイドの活用、総カロリー表示、塩分量表示等様々な情報の提供にも努める必要がある。

料金についても総額表示にすることが必要であり、特に、「立ち」(カウンター等におけるお好み販売)において、すしの提供個数と単価表示の内容が相違するかのごとき印象を与えないよう分かりやすい単価表示に努めることが望まれる。

消費者からの苦情には、誠実に対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めることが重要である。あらかじめ、問題発生時の対応マニュアルを作成し、従業員の危機管理教育を徹底するなど、日頃から様々な事故が生じた場合に備えて、消費者の安全の確保を図るとともに、万が一、食中毒事故が生じた場合には、賠償責任保険等の活用により、消費者との信頼回復に努めるものとする。

カ 人材育成及び自己啓発の推進に関する事項

すし専門店は、職人の資質がサービスの質を左右することから、優秀な人材の獲得及び育成を図ることが極めて重要な課題である。しかし、高い調理技術を持った職人の高齢化が進む一方、高い調理技術を持った若者の採用も難しいため、営業者は、職人の育成に努める必要がある。したがって、職人の技術を向上させるとともに、接客態度、顧客への知識提供等の面での技能向上にも努めるとともに、適正な労働条件の確保に努めるものとする。

また、営業者は、後継者及び独立を希望する従業員が、経営、顧客管理、従業員管理等の技能を取得

できるよう、自己啓発を促すとともに、後継者及び従業員の人材育成に努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

(一) 組合及び連合会による営業者への支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする

ア 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理に関するパンフレットの作成等による普及啓発、商品の衛生的取扱い、施設及び設備、食材の調理及びすし店営業の衛生基準の設定など、食品衛生上の安全を確保し、かつ、良質な食材の調理及び調製を行うために必要な支援に努めるものとする。

イ 施設及び設備並びにサービスの改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言及び情報提供に努めるものとする。

また、高齢者等の利便性を考慮した店舗の設計やサービスの提供等について研究を行い、その成果の普及に努めるものとする。

ウ 消費者の利益の増進に関する事項

営業者が自店の特質に応じ作成する接客手引の基本となるマニュアルの作成、消費者を対象としたすしに関する啓発講座の実施や啓発パンフレットの作成、苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成、危機管理に関するマニュアルの作成及び賠償責任保険への加入促進が図られるよう努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の合理化及び効率化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報並びにすし店営業の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努めるものとする。

オ 営業者及び従業員の技術の改善向上に関する事項

基礎的な調理技術や接客に関する研修会及び講習会、新しいメニュー開発やすし職人を対象とした技術講習会、技能コンテスト、経営近代化展の開催等による技能水準の向上並びに消費者の要望に対応したメニューやサービスの情報提供に努めるものとする。

カ 事業の共同化及び協業化に関する事項

すし券事業など事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。

キ 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、食品等関連業界の協力を得ながらの取引条件の合理的改善及び組合員等の経済的地位の向上に努めるものとする。

また、関連業界との連携を深め、情報の収集及び交換会の機会の確保に努めるものとする。

ク 従業者の福祉の充実にに関する事項

従業者の労働条件整備、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援、医療保険(国民健康保険又は健康保険)、年金保険(国民年金又は厚生年金保険)及び労働保険(雇用保険及び労働者災害補償保険)の加入等に係る啓発、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度(退職金、生命保険等)の整備及び強化に努めるものとする。

さらに、男女共同参画社会の推進及び少子・高齢化社会への適切な対応に配慮した従業者の福祉の充実に努めるものとする。

ケ 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ、成功事例等の経営知識の情報提供及び後継者支援事業の促進に努めるものとする。

コ 食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事項

国内外における食に関する最新の情報や行政施策の動向の把握、行政機関との連携等を通じた組合員等への適切な情報提供及び行政施策に基づく指導・支援に努めるものとする。

(二) 行政施策及び政策金融による営業者への支援並びに消費者の信頼の向上

ア 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のため経営指導員、経営特別相談員等による具体的指導、助言等の支援を行うとともに、消費者からの苦情や要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、消費者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者及び未加入事業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

イ 財団法人全国生活衛生営業指導センター(昭和55年3月24日に財団法人全国環境衛生営業指導センターという名称で設立された法人をいう。)において

は、アの都道府県指導センターの取組を推進するため、消費者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整備、営業者に対するこれらの情報提供、危機管理に関するマニュアルの作成、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

ウ 国、都道府県等においては、すし店営業に対する消費者の信頼性の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、食品衛生法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、食品衛生に関する指導監督、安全衛生に関する情報提供その他必要な支援に努めるものとする。

また、災害、事故等に際し、営業者が風評被害を受けることのないよう、適時、適切な対策を講じるものとする。

エ 日本政策金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の設置等必要な支援を行うとともに、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握、分析及び関係団体への情報提供に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進

すし店営業は、仕入れた生鮮魚介類を店内で解体した上で調理するため、食品廃棄物が発生しやすいが、家族経営等の店が大部分であり、営業者が取り組む環境の保全やリサイクル対策が必ずしも十分ではなく、組合等が積極的に支援する必要がある。また、これらの対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の営業者や組合だけではなく、地域の自治体や自治会が関与しながら、消費者も含めて地域全体で取り組むことにより、効果的で効率的な取組が可能となる。

このため、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、すし店営業における食品循環資源を再生利用するための仕組みを構築するとともに、業種を超えた組合間で相互に協力し、組合員以外の営業者にも参加を促す等の普及促進を行い、すし店営業における環境の保全や食品循環資源の再生利用に関する取組を推進するよう努めるものとする。

これらの取組を通じて、すし店営業の営業者においては、食品循環資源の再生利用等の実施率を平成24年度までに40パーセントに向上させるよう努め、食品循環資源の再生利用並びに食品残さの発生の抑制及び減量を推進するものとする。

二 省エネルギーの強化

営業者は、地球温暖化防止に資するため、エネルギー(電気、ガス等)の使用に際しては、温室効果ガス排出抑制に努めるものとする。

また、店舗の改修、機器の購入及び更新に際しても、省エネルギー性能の高い機器の導入について配慮するものとする。

三 少子・高齢化社会等への対応

すし店営業は、商店街にある店舗が大部分であり、地域に密着した業態であると言える。営業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、出前サービス、高齢者や障害者に配慮した食材を使用したメニューや少量メニューの開発など、高齢者社会における幅広い取組が期待される。

また、営業者は、すし店営業の施設が身体障害者補助犬法(平成14年法律第49号)により身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入店を拒否できないことを十分認識し、対応することが必要である。

このほか、営業者は、消費者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努め、また、高齢者、障害者、妊産婦等に優しい環境の実現、受動喫煙の防止、優先的な席の確保等について取り組むことが必要である。

四 食育への対応

すし店営業は、国民の生活に大きく関わりを持つことから、健康づくりのための食育を積極的に取り組むことが期待される。具体的には食文化の継承のための食事マナー、調理方法の普及等を通じて、地域における食生活の改善、食品の安全性に関する知識の普及等の支援に努めるものとする。

五 禁煙等に関する対策

営業者は、顧客層、経営方針、店の規模等に配慮した上で、店内の分煙や喫煙時間の設定を含む禁煙等、受動喫煙を防止するための必要な措置を講ずるよう努めるものとする。また、酒類を提供する営業者は、飲酒運転の防止に貢献するために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。

六 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対してすし店営業の店舗の存在、提供する商品やサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、地域における街づくりへの積極的な参加や、地域における防犯活動への協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の

展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組むとともに、営業者を支援することが期待される。

また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

◎理容業の振興指針

(平成21年2月23日
厚生労働省告示第37号)

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律(昭和32年法律第164号)第56条の2第1項の規定に基づき、理容業の振興指針(平成16年厚生労働省告示第59号)の全部を次のように改正し、平成21年4月1日から適用する。

理容業の振興指針

理容業の営業者は、理容師法(昭和22年法律第234号)等を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い利用者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められる一方、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策を講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面がある。このため、生活衛生同業組合(生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。)及び全国理容生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター(以下「都道府県指導センター」という。)等が実施する経営相談による支援に加え、株式会社日本政策金融公庫(以下「日本政策金融公庫」という。)による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、理容業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用者の利益の擁護に資することを目的として、定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、理容業が活力ある発展を遂げるための

方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、日常生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、活力ある地域社会づくりへの貢献など、理容業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすことが期待される。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 理容業を取り巻く環境

理容業は、頭髮の刈り込み、顔そり等により容姿を整えることから、国民の衛生的で快適な生活を確保するサービスとして国民生活の充実に大きく寄与してきたところである。

しかし、理容所の施設数は、昭和61年度の約14万5千件から漸減傾向にあり、平成12年度以降14万件台で推移してきたが、平成19年度には、13万7千件に減少しており、従事理容師数は平成14年度の約25万2千人以降減少し、平成19年度で約24万6千人となっている。この背景には、髪型に対する需要の多様化、若い男性の一部の美容所志向等が考えられるが、特に、近年の個人所得の伸び悩みの中での理容サービスの利用頻度の低下、低価格や施術時間の短さを売りものにするチェーン店の出現による競争の激化等により経営環境は厳しいものとなっている。このような利用者ニーズの変化、経営環境に対して業界全体で的確に対応していくことが必要である。

衛生面については、理容所の衛生管理に対する利用者の関心は高く、新たな感染症の発生状況を踏まえ、理容業においても、公衆衛生の見地から感染症対策の充実を図り、利用者に対して衛生管理についての納得と安心感を提供することが求められている。

また、社会全体の少子高齢化の中で、営業者自身の高齢化による後継者問題に加え、増加する高齢者層の顧客への対応、従業者等への育児支援等も課題となっている。

二 今後5年間（平成25年度末まで）における営業の振興の目標

理容業は、頭髮の刈り込み、顔そり等利用者の皮膚に直接触れる営業であり、衛生上の問題に対して、特に注意を払わなければならない業種である。使用する器具の消毒をはじめ、衛生上の危害を防止し、利用者に対して安全で良質なサービスを提供することは営業者の責務である。

一方、生活水準の向上に伴い、国民が生活の質的充実を志向する中で、理容業に対する要望が多様化及び高度化し、利用者は、技術の質、料金、施設及び設備、接客態度等を合理的に選好することにより、理容所の

選択を行っている。このため、従来の一一般の整髪、顔そり、洗髪等のメニューを主体としつつ、毛髪、美顔術も含め、できる限り利用者の要望に対応したサービスを提供するなど、利用者の立場に立ったサービスの改善向上に努めることにより、顧客に「満足」を与え、「快適」に過ごし「優美」な気持ちで帰られるような個性ある店作りを行うことが必要である。

また、原材料価格の高騰や世界的な金融危機等に伴う経済状況の変化が予想される中、顧客の安定した確保が図られるよう、立地条件や店舗に応じた経営方針を確立し、それに基づく営業時間の見直し、顧客管理の改善や営業の効率化等経営内容の改善への積極的な取組が必要である。

各営業者は、これらを十分に認識し、利用者の安全衛生の確保、技術及び接客サービスの向上、利用者に対する情報提供等に積極的に取り組むことにより、理容業に対する利用者の理解と信頼の向上を図ることを目標とすべきである。

第2 理容業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(一) 衛生水準の向上に関する事項

ア 日常の衛生管理に関する事項

理容業は、人の身体の一部である毛髪及び皮膚に鋭利な刃物を当て、又は化学薬品等を使用して容姿を整える営業であり、人の身体の安全及び衛生に直接関わる営業である。このため、営業者及び従業員は、理容師法等の関係法令を遵守することは当然のことであり、衛生上の問題発生防止及び衛生水準の一層の向上を図るため、衛生に関する専門的な知識を深め、常時、施設及び設備、器具等の衛生管理に努めるとともに、各種器具、化学薬品、整髪剤等の適正な取扱い、毛髪など廃棄物の適切な処理にも十分留意し、衛生管理の改善に取り組み、感染症、皮膚障害等の発生を防止するものとする。

利用者の関心は、特に、肝炎、エイズ、新型インフルエンザ等の感染症の発生状況や発生の可能性を踏まえた感染症対策の充実にある。また、最近、小学校低学年以下の児童を中心にアタマジラミ等の流行の兆しがあることに留意することが必要である。したがって、営業者は、皮膚に接するタオル及び布片並びにかみそり等刃物の消毒の徹底に努めるとともに、作業中は汚れが目立ちやすい清潔な外衣の着用、顧客一人ごとの作業前後のうがい、手指の洗浄や消毒、つめの手入れ、顔そり等の場合のマスクの着用等の衛生管理を徹底し、さらに、従業員の健康

管理に十分留意し、従業員に対する衛生教育及び指導監督に当たることが必要である。

そして、これらの取組を利用者に分かりやすく伝えることが、利用者に納得と安心感を提供するために最も重要である。

イ 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生的管理の取組に加えて、店舗を衛生的に保つとともに、設備及び消毒器材について定期的かつ積極的にその改善に取り組むことが重要である。

また、利用者にとって安全及び衛生は最大の関心事項であるため、衛生管理を徹底した店舗であるとの印象を利用者に与えることが重要である。したがって、消毒器材等を利用者に見えやすい場所に設置するなどの改善に取り組むことも必要である。

(二) 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な利用者の要望に対応する良質なサービスを提供し、もって国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、次に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、自店の経営能力や市場の状況を適切に把握し、それに適合した経営を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、顧客層、経営規模、メニュー、技術力等を考慮し、例えば、地域に根ざした中高年齢者や家族客等を顧客とする家族的な店、又は、若者等を対象に多様なメニューを提供する店など、自店の経営方針を明確化することが重要である。

その際、既に地域に定着している店であっても、顧客層の変化、顧客の要望の変化等の需要動向、周囲の競合店の状況等の情報を収集し、他店のサービスと比べて、自らの店が顧客の立場に立つてどのような付加価値を提供できるのか、経営意識の改革に努めるとともに、将来を見据えた経営方針を確立し、経営を行うことが必要である。

特に、家族経営等の小規模店は、営業者や従業員が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指

導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、それぞれの店の立地条件及び経営方針に照らし、営業日及び営業時間を見直すとともに、精神的な癒し(リラクゼーション)のための店内の雰囲気作り、接客技術の向上、毛髪や顔そり後の肌の手入れ等の知識の提供など、顧客の立場に立ったサービスの見直しに努めることが必要である。

提供するメニューについても、目標とする顧客層に応じて、主として若者を対象とした新しいヘアスタイル、毛染め(カラーリング)、男性向けネイルケア等のファッション性を重視するメニュー、女性向けシェービング、美顔を含めた身体全体のエステティック等肌の管理を重視するメニュー、シャンプーと頭皮ケア等の育毛・スカルプトリートメント、アロマセラピー等のリラクゼーションメニュー、中高年齢者向けのヘアカウンセリング等のメニュー、高齢者を対象とした福祉整容の出張サービス等のメニューなど、顧客の要望と自店の経営方針に合ったメニューの見直しや開発を行うことが望ましい。

また、クールビズヘア、冷シャンプー等の社会性を配慮した新たな取組について利用者にアピールすることも考えられる。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、清潔で好ましい店となるよう定期的な内外装の改装に努めるとともに、顧客層、店の従業員規模等に応じたサービスの内容やメニューに合ったより快適な椅子及び洗髪設備、毛髪診断設備、エステティックをはじめとするリラクゼーションメニューのための設備、高齢者向けバリアフリー等の施設及び設備の改善に努めるものとする。

エ 情報通信技術を利用した新規顧客の獲得及び顧客の確保に関する事項

営業者は、顧客との信頼関係に基づき顧客情報を適正に管理し、その情報を基に誕生日又は記念日に合わせて各種サービスの実施について顧客へダイレクトメールを発送するなど、顧客への積極的な働きかけをするとともに、パーソナルコンピュータを利用して業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

また、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用し、ホームページの開設、割引サービスの実施、インターネット等による予約、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必

要である。

また、利用者の利便を考慮して、クレジットカード、電子決済等の普及に努めることも必要である。

営業者は、必ずしも個人情報の保護に関する法律(平成15年法律第57号)に規定される個人情報取扱事業者に該当するとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客データ等の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、店外など利用者の見やすい場所にメニューとサービスごとの料金を明示すべきであり、顧客にとって初めてとなるメニューの施術に際しては、十分な事前の説明を行うべきである。

また、営業者は、財団法人全国生活衛生営業指導センター(昭和55年3月24日に財団法人全国環境衛生営業指導センターという名称で設立された法人をいう。以下「全国指導センター」という。)が定めるサービスの内容並びに施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とする理容業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録をし、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

さらに、営業者は、事故が生じた場合には、適切かつ誠実な苦情処理と賠償責任保険等を活用した損害の補填を行い、顧客との信頼関係の維持向上に努めるものとする。

カ 人材育成及び自己啓発の推進に関する事項

理容業は、対人サービスであり、従業者の資質がサービスの質を左右することから、優秀な人材の獲得及び育成を図ることが極めて重要な課題である。特に、若手従業員の育成及び指導を図るとともに、若者に魅力ある職場作りを努めることが必要である。

したがって、営業者は、従事員が新しいヘアスタイル等の新メニューに対応できるよう、技術面を向上させるとともに、接客技術、顧客への知識提供等の面での技能向上にも努める必要がある。また、安全衛生履行の観点も含め、従業員に対する適正な労働条件の確保に努めるものとする。

さらに、営業者は、後継者及び独立を希望する従業員が、経営、顧客管理、従業員管理等の技能を取得できるよう、自己啓発を促すとともに、後継者及び従業員の人材育成に努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

(一) 組合及び連合会による営業者への支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的

な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理の手引の作成等による普及啓発、毛髪及び肌の健康管理等に関する新技術の開発、衛生管理体制の整備充実、化粧品の組合せによる事故防止並びに各種感染症対策等の情報提供に努めるものとする。

イ 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、利用者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言及び情報提供に努めるものとする。

また、高齢者等の利便性を考慮した店舗の設計やサービスの提供等について研究を行うことにより、営業者の取組を支援することに努めるものとする。

ウ 利用者の利益の増進に関する事項

サービスの適正表示、営業者が自店の特質に応じ作成する接客手引の基本となるマニュアルの作成、利用者意識調査、利用者を対象とした理容啓発講座の実施及び利用者の理容施術に対する正しい知識の啓発のためのパンフレットの作成に努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の合理化及び効率化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報並びに理容業の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努めるものとする。

オ 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

新しいヘアスタイル、福祉理容、ヘアカウンセラー、美顔エステティック等新しいサービスに関する講習会や技能コンテストの開催、連合会独自の技能資格制度の整備等による、新しい顧客需要に対応した理容技術の向上及び普及啓発に努めるものとする。

カ 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。

キ 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、理容用品業界の協力を得ながらの取引条件の合理的改善及び組合員等の経済的地位の向上に努めるものとする。

また、関連業界と連携を深め、情報の収集及び交

換会の機会の確保に努めるものとする。

ク 従業者の福祉の充実に関する事項

従業者の労働条件整備、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援、医療保険(国民健康保険又は健康保険)、年金保険(国民年金又は厚生年金保険)及び労働保険(雇用保険及び労働者災害補償保険)の加入等に係る啓発、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度(退職金、生命保険等)の整備及び強化に努めるものとする。

さらに、男女共同参画社会の推進及び少子・高齢化社会への適切な対応に配慮した従業者の福祉の充実に努めるものとする。

ケ 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ、成功事例等の経営知識の情報提供及び後継者支援事業の促進に努めるものとする。

(二) 行政施策及び政策金融による営業者への支援並びに利用者の信頼の向上

ア 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のため経営指導員、経営特別相談員等による具体的指導、助言等の支援を行うとともに、利用者からの苦情や要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、利用者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者及び未加入事業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

イ 全国指導センターにおいては、アの都道府県指導センターの取組を推進するため、利用者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整備、営業者に対するこれらの情報提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

また、標準営業約款制度に関し、都道府県指導センターと連携を図り、各営業者の標準営業約款の登録の促進策を講じるものとする。

ウ 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、理容師法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、理容業に関する指導監督、安全衛生、利用者からの苦情対応を始めとする情報の提供その他の必要な支援に努めるものとする。

エ 日本政策金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の

設置等必要な支援を行うとともに、生活衛生関係営業者に係る経済金融事情等の把握、分析及び関係団体への情報提供に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 少子・高齢化社会等への対応

理容所は、商店街や住宅街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であると言える。営業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、出張、サービス、高齢者や障害者に配慮した理容施術の開発など、高齢化社会における幅広い取組が期待される。

また、男女共同参画社会の推進及び少子化社会における育児支援の観点から、従業者の育児支援や、子供連れの顧客が利用しやすいよう店内設備等を改善することも必要である。

さらに、営業者は、理容所の施設が身体障害者補助犬法(平成14年法律第49号)により身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入店を拒否できないことを十分認識し、対応することが必要である。

このほか、営業者は、利用者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努め、また、高齢者、障害者、妊産婦等に優しい環境の実現、受動喫煙の防止、優先的な席の確保等について取り組むことが必要である。

二 環境保全及び省エネルギーの強化

営業者は、化学物質や産業廃棄物の処理等の環境問題に配慮し、営業活動で生じた薬品、化粧品等の各種容器や廃液、毛髪等の廃棄物等の適切な処置にも十分留意し、環境の保全に積極的に努めるものとする。

また、店舗の改修、機器の購入及び更新に際しても、省エネルギー性能の高い機器の導入について配慮し、温室効果ガス排出の抑制に努めるものとする。

三 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して理容所の店舗の存在、提供するサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、児童の緊急避難場所としての「理容こども110番の店」への参加などの地域の防犯活動への協力、地域における街づくりへの積極的な参加、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援

助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組むとともに、営業者を支援することが期待される。

また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

◎美容業の振興指針

〔平成 21 年 2 月 23 日
厚生労働省告示第38号〕

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律(昭和32年法律第164号)第56条の2第1項の規定に基づき、美容業の振興指針(平成16年厚生労働省告示第60号)の全部を次のように改正し、平成21年4月1日から適用する。

美容業の振興指針

美容業の営業者は、美容師法(昭和32年法律第163号)等を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い利用者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められる一方、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策を講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面がある。このため、生活衛生同業組合(生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。)及び全日本美容業生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター(以下「都道府県指導センター」という。)等が実施する経営相談による支援に加え、株式会社日本政策金融公庫(以下「日本政策金融公庫」という。)による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、美容業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用者の利益の擁護に資することを目的として、定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、美容業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、日常生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、活力ある地域社会づくりへの貢献など、美容業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすことが期待

される。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 美容業を取り巻く環境

美容業は、衛生的で、かつ、容姿を美しくしたいという国民の文化的欲求に応えるサービスを提供することで、国民生活の充実大いに寄与してきたところであるが、国民の「美と健康(ビューティーアンドヘルシー)」に対する需要はますます高まってきており、その需要に応じて質の高いサービスを提供できるよう、業界全体が変わっていくことが必要である。

美容業は、平成19年度に施設数約21万9千件、従事美容師数約43万3千人とともに増加傾向にある。この背景には、女性の美容に対する根強い需要、若者の男女を問わないファッション志向等に対応して、エステティック等のサービスも含めた業務の拡充に熱心な営業者の存在がある。

一方、このような状況は営業者間の競争を激化させており、特に、近年のチェーン店の増加や利用頻度の低下もあいまって、顧客数の減少を経営上の悩みの第一位に挙げている営業者も多く、業界の中でも、住宅地に立地し、中高年の営業者による小規模個人経営の店が厳しい状況にある一方で、商業地や交通至便の場所に立地する比較的新しい店や法人経営の中規模・大規模店が発展するなど、二層分化の傾向も見られる。

サービスの内容についても、パーマメントへの消費支出は低下傾向にあるが、カット中心の施術、毛染め(ヘアカラー、ヘアマニキュア)、髪や頭皮の手入れ(トリートメント)、顔の美容(フェイシャル)や化粧品(メイク)、エステティック、ネイルケア、衣装着付けその他の美容への支出は増加するなど、サービス内容の変化と拡充が見られる。

衛生面については、パーマメントウェーブ用剤、染毛剤、化粧品等の安全性やアレルギー等への影響に対する利用者の関心も高く、さらに、新たな感染症の発生状況を踏まえ、美容業においても、公衆衛生の見地からの感染症対策等の充実を図り、利用者に対して衛生管理についての納得と安心感を提供することが求められている。

また、社会全体の少子高齢化の中で、営業者自身の高齢化による後継者問題に加え、増加する高齢者層の顧客への対応、従業者等への育児支援等も課題となっている。

二 今後5年間(平成25年度末まで)における営業の振興の目標

美容業は、人の身体の一部である毛髪及び皮ふに化

粧品などを使用して容姿を美しくする営業であり、衛生上の問題に対して、特に注意が必要な業態である。衛生上の危険を防止し、利用者に対して安全で良質なサービスを提供することは営業者の責務である。

一方、生活水準の向上に伴い、国民が生活の質的充実を志向し、美容業に対する要望の多様化、高度化、ファッション化及び個性化の傾向が強まっているとともに、精神的な癒し(リラクゼーション)及び健康が重視される中で、利用者は、技術の質、料金、施設及び設備、接客態度等を合理的に選好することにより、美容所の選択を行っている。このため、ヘアスタイル等の流行に合った施術内容の見直しと、その技術の研さん向上を図るとともに、従来の顧客を対象にした地域に根ざしたリラクゼーションを重視した店作り、エステティック、ネイル等ファッションの最先端のサービスの拡充に取り組む店作り、中高年齢者をターゲットにした店作り、高齢化に対応した福祉美容等のサービスの開発など、個々の店の経営方針に沿って、美と健康を求める利用者の需要に対応して、激化する競争の中で安定した経営を確保するための付加価値を提供することを経営の目標とする必要がある。

また、原材料価格の高騰や世界的な金融危機等に伴う経済状況の変化が予想される中、顧客の安定した確保が図られるよう、衛生水準を確保しつつ利用者の要望に対応したサービスの取組が必要である。

各営業者は、これらを十分に認識し、利用者の安全衛生の確保、技術及び接客サービスの向上、利用者に対する情報提供等に積極的に取り組むことにより、美容業に対する利用者の理解と信頼の向上を図ることを目標とすべきである。

第2 美容業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(一) 衛生水準の向上に関する事項

ア 日常の衛生管理に関する事項

美容業は、人の体の一部である毛髪及び皮膚を対象として、パーマメントウェーブ用剤、化粧品等を使用して容姿を美しくする営業であり、人の身体の安全及び衛生に直接関わる営業である。このため、営業者及び従業員は、美容師法等の関係法令を遵守することは当然のことであり、衛生上の問題発生の防止及び衛生水準の一層の向上を図るため、衛生に関する専門的な知識を深め、常時、施設及び設備、器具等の衛生管理に努めるとともに、各種器具、薬品、化粧品等の適正な取扱い、毛髪など廃棄物の適切な処理にも十分留意し、衛生管理の改善に取り組

むことが必要であり、感染症、皮膚障害等の発生を防止するものとする。

利用者の関心は、特に、器具の消毒、パーマメントウェーブ用剤、染毛剤、化粧品等の肌への健康被害並びに肝炎、エイズ及び新型インフルエンザの発生状況及び発生の可能性を踏まえた予防策等の衛生上の問題にある。また、最近、小学校低学年以下の児童を中心にアタマジラミ等の流行の兆しがあることに留意することが必要である。したがって、営業者は、皮膚に触れる物の消毒の徹底、化粧品等と顧客の体質等の関係についての従業員の教育、汚れの目立ちやすい清潔な外衣の着用、顧客一人ごとの作業前後のうがい、手指の洗浄や消毒、つめの手入れ、風邪等の流行時のマスクの着用等自ら衛生管理を徹底し、従業員の健康管理に十分留意し、従業員に対する衛生教育及び指導監督に当たることが必要である。

特に、新しい施術の実施に際しては、従業員に、その施術のやり方及びリスクを認識させ、利用者に対してもより詳細な説明を行い、健康被害等の発生防止及び発生した場合の対応に配慮しなければならない。そして、これらの取組を利用者に分かりやすく伝えることが、利用者に納得と安心感を提供するために最も重要である。

イ 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生的管理の取組に加えて、店舗を衛生的に保つとともに、設備及び消毒器材について定期的かつ積極的にその改善に取り組むことが重要である。

また、利用者にとって安全及び衛生は最大の関心事項であるため、衛生管理を徹底した店舗であるとの印象を利用者に与えることが必要である。

(二) 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な利用者の要望に対応する良質なサービスを提供し、もって国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、次に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、自店の経営能力や市場の状況を適切に把握し、それに適合した経営を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、顧客層、経営

規模、メニュー、技術力等を考慮し、例えば、地域に根ざした中高年齢者や家族客等を顧客とする家族的な店、又は、若者等を対象に多様な最先端のメニューを提供する店など、自店の経営方針を明確化することが重要である。

その際、既に地域に定着している店であっても、顧客層の変化、顧客の要望の変化等の需要動向、周囲の競合店の状況等の情報を収集し、他店のサービスと比べて、自らの店が顧客の立場に立ってどのような付加価値を提供できるのか、経営意識の改革に努めるとともに、将来を見据えた経営方針を確立し、経営を行う必要がある。

特に、家族経営等の小規模店は、営業者や従業員が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、それぞれの店の立地条件及び経営方針に照らし、営業日及び営業時間を見直すとともに、店内の雰囲気作り、接客技術の向上、毛髪や化粧品等の知識及び顧客層に合った化粧品等の提供など、顧客の立場に立ったサービスの見直しに努めることが必要である。

提供するメニューについても、ヘアスタイル等の流行に合ったメニュー内容の見直しを基本とし、さらに、主な顧客層に応じ、若者等ファッションに関心の高い顧客向けの新しいヘアスタイル、傷んだ髪等のトリートメント、ヘアカラー、ヘアマニキュア、ネイルケアやネイルアート、新しい手法を採りこんだメイクコースやフェイシャルエステ、エステティックサービス、結髪及び着付けの伝統的技術、ウェディングドレス着付け、若い男性を対象としたメニュー、中高年齢者を対象としたリラクゼーションに配慮したメニュー、高齢者を対象とした訪問美容サービスなど、顧客の要望と自店の経営方針に合ったメニューの見直しや開発を行うことが望ましい。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、清潔で好ましい店となるよう定期的な内外装の改装に努めるとともに、顧客層、店の従業員規模等に応じたサービスの内容やメニューに合った、椅子等調度品、洗髪設備、高齢者向けバリアフリー等の施設及び設備の改善に努めるものとする。

エ 情報通信技術を活用した新規顧客の獲得及び顧客の確保に関する事項

営業者は、顧客との信頼関係に基づき顧客情報を適正に管理し、その情報を基に誕生日又は記念日に合わせて各種サービスの実施について顧客へダイレクトメールを送信するなど、顧客への積極的な働きかけをするとともに、パーソナルコンピュータを利用して業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

また、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用し、ホームページの開設、割引サービスの実施、インターネット等による予約、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。

さらに、利用者の利便を考慮し、クレジットカード、電子決済等の普及に努めることも必要である。

営業者は、必ずしも個人情報の保護に関する法律(平成15年法律第57号)に規定される個人情報取扱事業者に該当するとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客データ等の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、店外など利用者の見やすい場所にメニューとサービスごとの料金を明示すべきであり、顧客にとって初めてとなるメニューの施術に際しては、十分な事前の説明を行うべきである。

また、営業者は、財団法人全国生活衛生営業指導センター(昭和55年3月24日に財団法人全国環境衛生営業指導センターという名称で設立された法人をいう。以下「全国指導センター」という。)が定めるサービスの内容並びに施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とする美容業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録をし、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

さらに、営業者は、事故が生じた場合には、適切かつ誠実な苦情処理と賠償責任保険等を活用した損害の補填を行い、顧客との信頼関係の維持向上に努めるものとする。

カ 人材育成及び自己啓発の推進に関する事項

美容業は、対人サービスであり、従業員の資質がサービスの質を左右することから、優秀な人材の獲得及び育成を図ることが極めて重要な課題である。特に、若手従業員の育成及び指導を図るとともに、若者に魅力ある職場作りに努めることが必要である。

したがって、営業者は、従業員が新しいヘアスタイルやネイルケア、エステティック等の新しいメニューやサービス内容の拡充に対応できるよう、技術面を向上させるとともに、接客技術、顧客への知識提供等の面での技能向上にも努める必要がある。また、安全衛生履行の観点も含め、従業員に対する適正な労働条件の確保に努めるものとする。

さらに、営業者は、後継者及び独立を希望する従業員が、経営、顧客管理、従業員管理等の技能を取得できるよう、自己啓発を促すとともに、後継者及び従業員の人材育成に努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

(一) 組合及び連合会による営業者の支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理の手引の作成等による普及啓発、毛髪及び肌の健康管理等に関する新技術の開発、衛生管理体制の整備充実、化粧品品の組合せによる事故防止並びに各種感染症対策等の情報提供に努めるものとする。

イ 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、利用者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言及び情報提供に努めるものとする。

また、高齢者等の利便性を考慮したバリアフリーの店舗構造や高齢者向けサロン経営のあり方等の研究を行うことにより、営業者の取組を支援することに努めるものとする。

ウ 利用者の利益の増進に関する事項

サービスの適正表示、営業者が自店の特質に応じ作成する接客手引の基本となるマニュアルの作成、利用者意識調査、利用者を対象とした美容啓発講座の実施及び利用者の美容施術に対する正しい知識の啓発のためのパンフレットの作成に努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の合理化及び効率化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報並びに美容業の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努め

るものとする。

オ 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

新しいヘアスタイル、ネイルケア、エステティック、福祉美容等多様化する需要に対応した講習会、技能コンテストの開催、連合会がすすめるハートフル美容師等の独自の技能資格制度及びエステティック、ネイル、メイクの評価認定制度の推進等による、新しい顧客需要に対応した美容技術の向上及び普及啓発に努めるものとする。

カ 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。

キ 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、美容用品業界の協力を得ながらの取引条件の合理的改善及び組合員等の経済的地位の向上に努めるものとする。

また、関連業界と連携を深め、情報の収集及び交換会の機会の確保に努めるものとする。

ク 従業員の福祉の充実にに関する事項

従業員の労働条件整備、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援、医療保険(国民健康保険又は健康保険)、年金保険(国民年金又は厚生年金保険)及び労働保険(雇用保険及び労働者災害補償保険)の加入等に係る啓発、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度(退職金、生命保険等)の整備及び強化に努めるものとする。

さらに、男女共同参画社会の推進及び少子・高齢化社会への適切な対応に配慮した従業員の福祉の充実に努めるものとする。

ケ 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ、成功事例等の経営知識の情報提供及び後継者支援事業の促進に努めるものとする。

(二) 行政施策及び政策金融による営業者への支援並びに利用者の信頼の向上

都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のため経営指導員、経営特別相談員等による具体的指導、助言等の支援を行うとともに、利用者からの苦情や要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、利用者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者及び未加入事業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

イ 全国指導センターにおいては、(1)の都道府県指導センターの取組を推進するため、利用者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整備、営業者に対するこれらの情報提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

また、標準営業約款制度に関し、都道府県指導センターと連携を図り、各営業者の標準営業約款の登録の促進策を講じるものとする。

ウ 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、美容師法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、美容業に関する指導監督、安全衛生、利用者からの苦情対応を始めとする情報の提供その他の必要な支援に努めるものとする。

エ 日本政策金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の設置等必要な支援を行うとともに、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握、分析及び関係団体への情報提供に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 少子・高齢化社会等への対応

美容所は、商店街や住宅街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であると言える。営業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、出張サービス、高齢者や障害者に配慮した美容施術の開発など、高齢化社会における幅広い取組が期待される。

また、男女共同参画社会の推進及び少子化社会における育児支援の観点から、従業者の育児支援や、子供連れの客が利用しやすいよう店内設備等を改善することも必要である。

さらに、営業者は、美容所の施設が身体障害者補助犬法(平成14年法律第49号)により身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入店を拒否できないことを十分認識し、対応することが必要である。

このほか、営業者は、利用者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努め、また、高齢者、障害者、妊産婦等に優しい環境の実現、受動喫煙の防止、優先的な席の確保等について取り組むことが必要である。

二 環境保全及び省エネルギーの強化

営業者は、化学物質や産業廃棄物の処理等の環境問題に配慮し、営業活動で生じた薬品、化粧品等の各種

容器や廃液、毛髪やレッスンウイッグ等の廃棄物の適切な処置にも十分留意し、環境の保全に積極的に努めるものとする。

また、店舗の改修、機器の購入及び更新に際しても、省エネルギー性能の高い機器の導入について配慮し、温室効果ガス排出の抑制に努めるものとする。

三 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して美容所の店舗の存在、提供するサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、地域における街づくりへの積極的な参加、地域における防犯活動の推進に対する協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組むとともに、営業者を支援することが期待される。

また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

◎飲食店営業(めん類)の振興指針

(平成22年3月5日)
厚生労働省告示第77号

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律(昭和32年法律第164号)第56条の2第1項の規定に基づき、飲食店営業(めん類)の振興指針(平成17年厚生労働省告示第68号)の全部を次のように改正し、平成22年4月1日から適用する。

飲食店営業(めん類)の振興指針

めん類飲食店営業(主としてめん類(中華そばを除く。))を扱う飲食店営業をいう。以下同じ。)の営業者は、食品衛生法(昭和22年法律第233号)等の衛生規制を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い消費者ニーズへの対応など経営上の課題への取組が求められているにもかかわらず、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策を講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面がある。このため、生活衛生同業組合(生活衛生同業小組合を含む。以下「組

合」という。)及び全国麺類生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)が実施する共同事業及び研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター(以下「都道府県指導センター」という。)等が実施する経営相談による支援に加え、株式会社日本政策金融公庫(以下「日本公庫」という。)による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、めん類飲食店営業が抱えている諸問題を克服し、専門店としての独自性を発揮できるよう、計画的に営業の振興を図り、もって公衆衛生の向上と消費者の利益の擁護に資することを目的として定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、めん類飲食店営業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものである。本指針の積極的な活用により、食生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、活力ある地域社会づくりへの参画など、めん類飲食店営業の役割を増大させるとともに、新たな発展の可能性をもたらすことが期待される。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 めん類飲食店営業を取り巻く環境

めん類飲食店営業は、伝統的な飲食業として古くから親しまれるとともに、国民の食生活に密接に関連し、日常生活の充実と日本の食文化に大きく貢献してきたものである。

しかし、近年、経済状況についての先行き不透明感、消費者の食生活の多様化及び嗜好の変化、コンビニエンスストア、弁当チェーン店等のいわゆる中食産業及びファーストフードやファミリーレストランに代表される外食産業の増加並びにそれらのメニューの低価格化など、めん類飲食店営業を取り巻く経営環境は大きく変化している。こうした中、事業者数は、平成13年の約3万5千箇所から平成18年は約3万4千箇所に、従業者数は同時期で約21万1千人から約20万5千人にそれぞれ微減している。また、一世帯当たりのそば・うどんの年間外食費についても、平成13年の5,341円から平成20年は5,291円に微減していることから、新規需要の掘り起こしに取り組む必要がある。

また、近年の偽装表示等食品をめぐる問題により、食品の安全・安心や原産地等の情報に関して消費者の関心が高まっており、めん類飲食店営業においても、食品衛生法等の関係法令を遵守し、消費者に納得と安心を提供することが重要な課題となっている。

また、社会全体の高齢化の中で、営業者自身の高齢化による後継者問題に加え、増加する高齢者層の顧客への対応も求められている。

さらに、そば及びうどんの主原料である玄そば及び小麦はいずれもその多くの割合を輸入に依存している状態であり、世界の穀物相場の影響を受けやすい品目であることから、安定的な原料の確保が重要な課題となっている。

二 今後5年間(平成26年度末まで)における営業の振興の目標

めん類飲食店営業は、食品を調理し、消費者に飲食させる営業であるため、細菌等の汚染を受けやすく、食中毒等食品衛生上の問題が起り得る環境にある。したがって、これらの衛生上の危険を防止し、消費者に対して安全で良質な商品を提供することは、営業者の責務である。

また、営業者には、消費者から信頼され得る商品を提供することも求められている。このため、主原料である玄そば等の産地や商品の品質等消費者が求める情報の提供に努めること等により、消費者に安全・安心をアピールすることが重要である。

さらに、そば・うどんの年間外食費が微減しているものの、近年、健康的な食品としての関心が高まってきており、また、特色のある専門店が開設されてきていることから、今後は、女性客及び若年層の需要の掘り起こしを図ることが有効である。

一方、従来、めん類飲食店営業においては出前営業が大きな比重を占めていたが、社会状況の変化及び他業態の進出により出前営業の比重は落ち込んでいる傾向にある。このように、多様化する消費者の要望を的確にとらえ、新たな顧客を確保するためには、宣伝活動や新メニューの開発が必要である。すなわち、生活習慣病の予防等食を通じた健康づくりに関心が高まっていることを踏まえ、栄養素に富んだめん類の良さを情報提供するとともに、消費者の嗜好の変化を汲み取り、子どもから高齢者までの様々な要望に合うメニューを開発することにより、消費者のめん類に対する要望に対して積極的に応えていくことが必要である。

特に、そばについては、そば粉の割合の高いそばに対する需要が高まっていることから、営業者は、より品質の良い原料を使用すること、従来の製めん方法を見直すことなどにより、高品質のそばを提供することが必要である。

各営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、消費者に対する情報提供、新メニューの開発等に

積極的に取り組むことにより、専門店としての独自性を発揮し、消費者の理解及び信頼の向上を図ることを目標とする。

第2 めん類飲食店営業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(一)衛生水準の向上に関する事項

ア 日常の衛生管理に関する事項

営業者は、食品衛生法等の関係法令を遵守することは当然であり、加えて、衛生水準の一層の向上を図るため、食品衛生に関する専門的な知識を深めるとともに、食品衛生責任者の活用や調理器具、容器、食器等の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

さらに、営業者は、消費者が安心し、信頼できるメニューを提供するために、店舗の衛生管理及び従業員の健康管理に留意するとともに、安全な食材を使用し、食中毒等食品衛生上の問題が発生しないように努めることが重要である。

また、営業者は、衛生管理状況の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店が講じている措置について消費者に対し積極的に周知することが必要である。また、従業員の清潔な着衣の使用及び手洗いの励行、店舗の清掃等により、消費者に不快感を与えることのないよう配慮が必要である。

イ 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生的管理の取組に加えて、定期的かつ適切に自店の施設及び設備の衛生面の改善に取り組むとともに、衛生的に調理し、消費者に飲食させるために必要な設備の整備を図ることが必要である。

(二)経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する良質なめん類を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、以下に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、自店の立地条件、顧客層、経営規模、メニュー等の自店の経営上の特質を十分把握した上で、例えば、食材、技術等にこだわりを持った伝統的な専門店、地域に根ざした出前専門店、家族客等を対象とする多様なメニューを提供する店を目指す

など、自店がどのような顧客層を対象にどのようなサービスを重点的に提供するののかという経営方針を明確化することが重要である。

その際、顧客層の変化、消費者の要望の変化、新しい顧客に対する店の印象等顧客に関する情報やめん類飲食店営業以外の外食店も含めた周囲の競合店の状況に関する情報等を収集し、他店のサービスと比較して、食材の品質に比して割安感のある価格設定、技術力、接客態度等について、自店が消費者に提供すべき付加価値を見直すなど、経営意識の改革に努めるとともに、経営方針について将来を見据えた上で改めて検討する必要がある。

特に、小規模の店では営業者及び従業員が変わることがほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、自店の立地条件及び経営方針に照らし、営業日、営業時間の設定、禁煙席の設置等の検討を行うとともに、清潔で入りやすい店内の雰囲気づくり、接客態度、消費者の関心の高い情報の提供等顧客の立場に立ったサービスの見直しに努める必要がある。

また、使用しているめん、つゆ等の素材、製法及びその取扱いに十分な配慮を行い、消費者に高品質のめん類を提供することが必要である。特に、そばの質の向上を図る一環として、そば粉の混合割合を高めることが望ましい。

メニューの開発に当たっては、従来の伝統的なそば、うどん等の味に加えて、産地、調理方法等の特色により、店として中核的な商品となるものを開発するとともに、消費者の健康に関する意識に留意し、栄養素、総カロリー量、塩分量等に配慮した商品を提供することが重要である。さらに、このような商品の情報を消費者に積極的に提供することが望ましい。

さらに、昼食時のメニュー、季節感を味わえるオリジナルメニュー、野菜等を使用した健康的なメニュー、女性、子ども、高齢者等の要望に対応したメニュー、そば懐石など、自店の経営方針と消費者の要望に的確に対応したメニューの開発に努めることも必要である。また、伝統的な専門店であっても、専門店の特色を活かしつつ、メニューに変化を持た

せるよう工夫することも必要である。例えば、地域の生産者団体等と共同して、その地域で生産された玄そば、小麦等の原料を使用したメニュー、地域外の消費者を獲得することを視野に入れた地域の歴史・文化等と関連させたメニュー等、地域の特徴を活かした郷土食としての地場産業商品の開発等が期待される。

なお、そば及びうどんは我が国の伝統的食品であり、政府として観光立国を推進し、訪日外国人旅行者の増加のための取組を進めていることから、外国人旅行者等の顧客の利便性を図るため、メニュー等の外国語表示についても充実させることが望まれる。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、飲食物を提供する営業者であることを十分認識し、使用する施設及び設備について安全で衛生が確保された施設となるよう定期的な内外装の改装に努めるとともに、顧客層、経営方針、店の規模等に応じ、各店舗の特性を踏まえつつ、伝統を重んじた清潔な雰囲気醸成、高齢者等に配慮したバリアフリー対策の実施、省エネルギー対応の照明、空調設備等の導入など、合理的で効率的な経営のために必要な施設及び設備の改善に努める必要がある。

また、営業者は、高品質のめん類を消費者に提供するために、店独自の質の良いめん類を製造するための自家製めん設備の整備を図るよう努めるものとする。

さらに、施設及び設備を改善するに当たっては、経営方針、顧客層、店の規模等を考慮した上で、店内の禁煙等受動喫煙を防止するために必要な措置を講ずるように努めなければならない。

エ 情報通信技術を利用した新規顧客の獲得や顧客の確保に関する事項

営業者は顧客情報を適正に管理し、その情報を基に誕生日又は記念日に合わせて特別なメニューやサービス等について顧客へのダイレクトメールを発送するなど、顧客への積極的な働きかけを行うとともに、パーソナルコンピュータを利用して業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

また、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用し、ホームページの開設、インターネット予約、割引サービスの実施、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。

さらに、消費者の利便を考慮して、クレジットカードによる決済サービスや電子マネーによる電子決

済サービス等の普及に努めることも必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、消費者に納得及び安心を与えるため、店頭及び店内に表示するメニューに写真等を活用して分かりやすくすることにより、店舗及びメニューの選択を容易にすることが必要である。特に、消費者の食の安全・安心に対する高い関心に対応するため、食材の産地表示、食物アレルギーなど消費者の健康被害防止を目的とした表示を心がけるとともに、生活習慣病の予防を中心とした健康づくりという観点から、食事バランスガイドの活用、総カロリー表示、塩分量表示等の情報提供に努めるものとする。なお、そばによるアレルギー症状は、重篤となる例も報告されていることから、従業者は食物アレルギーに対する認識を向上するよう努めるものとする。

また、営業者にあつては、財団法人全国生活衛生営業指導センター(昭和55年3月24日に財団法人全国環境衛生営業指導センターという名称で設立された法人をいう。以下「全国指導センター」という。)が定めるサービス、施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とするめん類飲食店営業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録を行い、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

消費者からの苦情には、誠実に対応することにより、問題を早急かつ円満に解決することが重要であるので、あらかじめ、問題発生時の対応マニュアルを作成し、従業員の危機管理教育を徹底するほか、事故が生じた場合には、賠償責任保険等の活用により、消費者の信頼回復に努めるものとする。

カ 人材育成に関する事項

めん類飲食店営業の新たな発展を期するためには、我が国の伝統的食品としてのめん類の調理技術、接客技術、衛生知識、消費者の要望等に関する情報の収集等の質的な経営資源を充実させるとともに、経営力の強化を図るために人材の獲得及び育成を図ることが必要である。特に、めん類の専門店では、職人の資質がサービスの質を左右することから、優秀な人材の獲得及び育成を図ることが極めて重要な課題である。

しかし、高い調理技術を持った職人の高齢化が進む一方、若年者の採用が難しいことから、めん類飲食店営業の魅力を積極的に伝えることにより人材の獲得に努めるとともに、適正な労働条件を確保することが必要である。

また、営業者は、従業員が経営、顧客管理、労務管理等の技能を取得できるよう、都道府県指導センターや組合等の実施する研修会、講習会等あらゆる機会を活用し、従業員の資質の向上を図り、人材育成に努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

(一) 組合及び連合会による営業者の支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、以下に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生水準の向上のための技術、知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理に関するパンフレットの作成等による普及啓発、商品の衛生的取扱い、食材の調理及び衛生基準の設定など、食品衛生上の安全を確保し、かつ、良質な食材の調理及び調達を行うために必要な支援に努めるものとする。

イ 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導、助言及び情報提供に努めるものとする。

また、少子・高齢化社会等、省エネルギー、環境保全等に配慮した施設及び設備の改善に対しても指導等に努めるものとする。

ウ 消費者の利益の増進に関する事項

消費者を対象としためん類に関する啓発講座の実施及び啓発パンフレットの作成、営業者が自店の特質に応じ作成する接客手引の基本となるマニュアル、苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアル、危機管理に関するマニュアルの作成並びにそれらの見直しを行うとともに、賠償責任保険への加入が図られるよう努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

経営管理の合理化等に関する講習会及び研修会の開催、経営環境に関する情報及びめん類飲食店営業の将来の展望に関するデータの収集並びにこれらの情報提供に努めるものとする。

オ 従事者の技能の改善向上に関する事項

基礎的な調理技術や接客に関する研修会及び講習会、めん職人を対象とした新しいメニュー開発などの技術講習会、技能コンテスト等の開催による技能水準の向上並びに消費者の要望に対応したメニュー

やサービスに関する情報提供に努めるものとする。

カ 取引関係の改善及び事業の共同化等に関する事項

食品関連業界との連携強化による取引条件の改善及び宣伝事業、購入事業等の共同化及び協業化の企画立案並びにこれらの実施に係る指導に努めるものとする。

キ 従業員の福祉の充実にに関する事項

従業員の労働条件の整備、作業環境の改善及び健康管理の充実のための支援、医療保険(国民健康保険又は健康保険をいう。)、年金保険(国民年金又は厚生年金保険をいう。))及び労働保険(雇用保険及び労働者災害補償保険をいう。))の加入等に係る啓発、組合員等の利用する福利厚生(退職金、生命保険等をいう。))の整備及び強化に努めるものとする。

また、男女共同参画の推進及び少子・高齢化社会等への適切な対応に配慮した従業員の福祉の充実に努めるものとする。

ク 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ、成功事例等の経営知識の情報提供及び後継者支援事業の促進に努めるものとする。

ケ 食品関連情報の提供及び行政施策の推進に関する事項

国内外における食に関する最新の情報や行政施策の動向の把握、行政機関との連携等を通じた組合員等への適切な情報提供及び行政施策に基づく指導・支援に努めるものとする。

(二) 行政施策及び政策金融による営業者の支援並びに消費者の信頼の向上

ア 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のため、経営指導員、経営特別相談員等による具体的な指導、助言等の支援を行うとともに、消費者からの苦情や要望に対して組合及び営業者と連携して対処するなど、消費者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者及び未加入事業者に対する組合への加入の促進策を講じるものとする。

イ 全国指導センターにおいては、アの都道府県指導センターの取組を推進するため、消費者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つデータの収集や整備、営業者へのこれらの情報の提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

る。

また、標準営業約款制度に関し、都道府県指導センターと連携を図り、各営業者の標準営業約款の登録の促進策を講じるものとする。

ウ 国、都道府県等においては、めん類飲食店営業に対する消費者の信頼性の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、食品衛生法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、食品衛生に関する監督指導、安全衛生に関する情報の提供その他必要な支援に努めるものとする。

また、災害、事故等に際し、営業者が風評被害を受けた際の影響を低減することができるよう、適時適切な情報発信等の対策を講じるものとする。

エ 日本公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者等が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の設置等必要な支援を行うとともに、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握・分析及び関係団体への情報提供に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進

めん類飲食店営業は、顧客に飲食を提供するため食品廃棄物が発生しやすい業態であるが、小規模の店が大部分であり、営業者が取り組む環境の保全やリサイクル対策が必ずしも十分ではないため、組合等が積極的に支援する必要がある。また、これらの対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の営業者や組合だけでなく、地方公共団体や自治会と連携しながら、消費者も含めて地域全体で取り組むことにより、効果的かつ効率的な取組が可能となる。

このため、組合及び連合会においては、地方公共団体等と連携しながら、めん類飲食店営業における食品循環資源等を再生利用するための体系を構築するとともに、業種を超えた組合間で相互に協力し、組合員以外の営業者にも参加を促す等の普及啓発を行い、めん類飲食店営業における環境の保全や食品循環資源の再生利用に関する取組を推進するよう努めるものとする。特に、連合会が推進する食用廃油のリサイクルには、効果が期待される。

これらの取組を通じて、営業者においては、食品循環資源の再生利用等の実施率を平成24年度までに40パーセントに向上させるよう努めるものとする。このため、食品循環資源の再生利用並びに食品残さの発生の抑制及び減量を推進するものとする。

二 省エネルギーの強化等

営業者は、施設の改修、ボイラー等の機器の購入及び更新に際しては、省エネルギー性能の高い機器の購入について配慮する。また、毎月のエネルギー使用量をグラフ化する等のいわゆる「見える化」による管理等従業者による取組等により、温室効果ガス排出の抑制に努めるものとする。

三 少子・高齢化社会等への対応

めん類飲食店営業は、商店街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であるといえる。営業者は、高齢者や障害者、乳幼児連れの家族等でも気軽に利用できるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、出前サービス、出前時における高齢者等との触れ合い、高齢者等に配慮した食材を使用したメニューや少量メニューの開発、ユニバーサルデザインに配慮した食器等の採用など、少子・高齢化社会等における幅広い取組が期待される。

また、組合が中心となって行っている社会福祉施設での手打ちそばの実演、提供等の訪問活動に関しては、継続的な活動が期待される。

さらに、営業者は、高齢者、障害者、妊産婦等の消費者に配慮した営業ができるよう従業員への人材教育及び研修に努め、優先席の確保等、優しい環境の実現のための取組を行うことが必要である。

このほか、営業者は、めん類飲食店営業の施設が身体障害者補助犬法(平成14年法律第49号)により身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入店を拒否できないことを十分認識しつつ、身体障害者補助犬を同伴した身体障害者に対応することが必要である。

四 食育への対応

めん類飲食店営業は、国民の食生活に密接に関連していることから、健康づくりのための食育に積極的に取り組むことが期待される。具体的には、食文化の継承のための食事マナー、調理方法の普及等を通じて、地域における食生活の改善、食品の安全性に関する知識の普及などの支援に努めるものとする。

特に、そばについては、営業者は、少子化の中で、子どもたちにそばへの関心を持たせることにより日本の伝統的食文化を次世代に残していくために、例えば、学校やカルチャースクール等でのそば打ちの講師、小学生にそばを栽培してもらう「そばの花観察運動」等の活動に積極的に参加することが期待される。

五 禁煙等に関する事項

営業者は、顧客層、経営方針、店の規模等を考慮しつつ、店内の分煙や喫煙時間の設定を含む禁煙等受動喫煙を防止するための必要な措置を講ずるよう努める

ものとする。また、酒類を提供する営業者は、飲酒運転の防止に貢献するために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。

六 地域との共生

営業者は、地域社会や商店街における行事等に積極的に参加することにより、地域住民に対して、めん類飲食店営業の店舗の存在、提供する商品、サービス内容等をアピールする機会を設けるものとする。例えば、地域におけるまちづくりへの積極的な参加、地域福祉や地域防犯活動への協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが望まれる。

このため、組合及び連合会においても、地方公共団体等と連携しながら、地域社会において様々な活動を企画し、指導又は援助することができる指導者の養成に積極的に取り組むことにより、営業者を支援することが期待される。

また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色ある取組を支援することが期待される。

◎旅館業の振興指針

〔平成 22 年 3 月 5 日〕
〔厚生労働省告示第78号〕

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律(昭和32年法律第164号)第56条の2第1項の規定に基づき、旅館業の振興指針(平成17年厚生労働省告示第69号)の全部を次のように改正し、平成22年4月1日から適用する。

旅館業の振興指針

旅館業の営業者は、旅館業法(昭和23年法律第138号)等を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い利用者ニーズへの対応など経営上の課題への取組が求められているにもかかわらず、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策が講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面がある。このため、生活衛生同業組合(生活衛生同業組合小組合を含む。以下「組合」という。)及び全国旅館生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)が実施する共同事業及び研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター(以下「都道府県指導センター」という。)等が実施する経営相談による支

援に加え、株式会社日本政策金融公庫(以下「日本公庫」という。)による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、旅館業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、計画的に営業の振興を図り、もって公衆衛生の向上と利用者の利益の擁護に資することを目的として定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、旅館業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、日常生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、活力ある地域社会づくりへの参画、日本の重要な政策の柱として位置づけられた観光の発展への貢献など、旅館業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすことが期待される。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 旅館業を取り巻く環境

旅館業は、国民に健全で、快適な宿泊サービスを提供することにより、国民生活の充実に大いに貢献してきたところである。旅館業は、大きく分けて和風様式の旅館営業と洋風様式のホテル営業の二つに分類できる。それぞれの施設数は、旅館は、平成15年度の約6万軒から平成20年度は約5万1千軒に減少し、ホテルは同時期で約8千7百軒から9千6百軒に増加している。1軒当たりの客室数は、同時期で、旅館は約15.0室から約15.9室に増加し、ホテルは約76.5室から約81.3室に増加している。以上のことから、この5年間の状況として、旅館営業においては規模の小さな旅館の廃業が、ホテルにおいては規模の大きなホテルの開業が、それぞれ多い傾向にあったと考えられる。

また、近年、国内旅行の主流は、団体旅行から個人旅行や少人数のグループ旅行に移るとともに、ニューツーリズム等の新しい旅行形態の出現など、宿泊に対する旅行者のニーズも多様化していることから、泊食分離を導入した旅館、低価格で高稼働率を目指す宿泊特化型のホテル、高価格を設定した高級小規模旅館、外資系チェーンの高級都市型ホテルなど経営形態の多様化が進んでいる状況にあるが、経営改善の遅れ、景気の低迷等社会的環境の変化に対応できずに廃業する旅館・ホテルも多く、それを安価な価格で買収し、料金を低廉にして大量の宿泊客を取り込む経営手法も見られるなど、所有形態や運営方法についても多様化す

る傾向にある。

さらに、観光産業全体を取り巻く事項として、平成18年12月に観光立国推進基本法(平成18年法律第117号)が成立し、観光が21世紀における日本の重要な政策の柱として明確に位置づけられるとともに、同法に基づき平成19年6月に観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため観光立国推進基本計画が閣議決定され、平成20年10月に観光立国推進基本法及び観光立国推進基本計画を着実に推進し、観光立国を実現するため観光庁が設立されるなど、今後、旅館業を含めた観光関連産業の活性化が期待されるところである。

なお、平成20年10月以降の世界的金融不況による外国人旅行者の伸び悩みや平成21年4月以降の新型インフルエンザ(A/H1N1)発生に伴う修学旅行等のキャンセルによる宿泊客の減少は、経営に大きな影響を及ぼしたことから、このような環境においても、旅館業の振興を図るため、危機への対応について事前に備えておくとともに、従来にも増して利用者の需要の変化に的確に対応できる経営形態に移行することが重要である。

二 今後五年間(平成26年度末まで)における営業の振興の目標

旅館業は、利用者を宿泊させる営業であるとともに、料理を提供することも多い営業であるため、衛生上及び安全上の問題に対して、特に注意が必要な業態である。具体的には、衛生的な寝具の提供、浴室等の施設及び設備の衛生管理、食品の調理、保存等の衛生的な取扱いなど利用者の衛生を確保するとともに、火災や災害に備えることは、営業者の責務である。

さらに、旅館業は、観光地においては温泉、名所、旧跡などの観光資源に、都市部においてはビジネス客に、それぞれ依存している等その立地条件により大きくサービス内容も異なる傾向にあるので、利用者の需要に応じたサービスの提供を行うことが必要である。さらに、平成20年5月に観光圏の整備による観光旅客の来訪及び潜在の促進に関する法律(平成20年法律第39号)が成立するなど、地域において観光関連産業全体で自主的な取組を行い、国際競争力の高い魅力ある観光地づくりを推進することが望まれていることから、旅館業においても滞在促進のための積極的な取組を行うことが求められている。

また、旅館業は、設備の改修等の設備投資に際して、借入金により資金調達する割合が高い業態であることから、過剰な設備投資等による過重債務や経営不振の

ため困窮を極めている営業者も多い。したがって、債務の圧縮、経営改善等事業再生を念頭に置き、将来を見通した明確な経営方針を確立し、利用者の要望の変化に対応し得る供給能力の整備に努める必要がある。

しかし、経営形態の変化、景気の低迷及び旅館等の飽和状態の中で、一旅館又はホテルの営業努力では対応できない部分も多くなり、地域の中での旅館業同士又は異業種との連携により経営改善を図ることも考慮する必要がある。

一方、訪日旅行の容易化と満足度の向上を図るため、訪日外国人旅行者の受け入れの中核である宿泊施設においても外国語対応等の体制整備を行うことにより、外国人宿泊客の受入れを積極的に行うことが期待される。

各営業者は、これらを十分に認識し、安全及び衛生水準の向上、付加価値を創出するための経営改善、高齢者等に配慮した施設並びに設備の改善等に積極的に取り組むことにより、人に優しい施設づくりを目指し、自己の経営能力に適合した経営規模又は営業形態を実現することを目標とする。

第2 旅館業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(一) 衛生水準等の向上に関する事項

営業者は、近年のノロウイルスや新型インフルエンザの発生状況等を踏まえ、公衆衛生の観点から感染症対策の充実を図ることが要請されている。このため、自店の営業形態、施設及び設備等に応じた適当な温度及び空気環境の確保、浴室及び浴槽等の清掃の徹底、清潔な寝具等の提供、食品の衛生的な取扱いの徹底等衛生水準の維持向上のためのサービスの充実及び強化を図り、利用者が衛生的で快適な宿泊ができるよう衛生管理に努める必要がある。

また、営業者自ら従業員に対し衛生管理に関する模範を示すとともに、感染症の予防のために従業員の健康管理にも十分留意し、発熱等の感染症を疑う症状のある従業員に対する適切な対応など、従業員に対する正確な衛生教育の徹底及び危機管理体制を整備することが必要である。

さらに、営業者は、消防法(昭和23年法律第186号)等の関係法令に基づき、非常口表示等の防火安全対策を講じ、従業員の安全教育の徹底を図るとともに、利用者に対しては安全対策に関し適切な情報提供を行う必要がある。

(二) 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取

組が前提であるが、営業を通じて快適な余暇を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、以下に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

旅館業は、多額な設備投資を要し、景気動向の影響を受けやすい業態であるので、営業者は、自店の立地条件、顧客層、経営規模、営業形態等の自店の経営上の特質を十分把握した上で、自店がどのような顧客層を対象にどのようなサービスを重点的に提供するのかという経営方針を明確化することが重要である。

また、現在の旅館業は、宿泊機能、飲食機能、レジャー機能、物販機能等の複数機能を有しているところが多く、営業者は、その機能ごとに評価・検証し、サービスの見直しを行うことで、利用者を受け入れられるサービス提供に努めることが重要であり、既に地域に定着している旅館・ホテルであっても、顧客層の変化、周囲の競合店の状況等の情報を収集し、自店が利用者に提供すべき付加価値を見直すなど、経営意識の改革に努めるとともに、経営方針について将来を見据えた上で改めて検討する必要がある。

特に、小規模な旅館等においては、営業者及び従業員が変わることがほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、自店の立地条件や経営方針に照らし、サービスの内容を見直し、付加価値を高めるよう努める必要がある。

経営方針として、特徴のある料理の提供、家庭的な雰囲気や強調した施設等、旅館ごとの独自の経営方針の下、他の旅館等との「違い」をアピールする必要がある。その中で、利用客のリピート率を高めるために、対価以上と感じるサービスの提供や手ごろ感のある料金設定、季節にあった地元の農水産物等による料理の提供、利用者の要望に柔軟に対応できる調理体制、食事と入浴をセットにした日帰りプラン、還暦等の祝いを旅館で行う場合などの家族向け割引制度や連泊割引制度の導入、館内での各種イベントの企画、オリジナリティのある土産物の販

売、受動喫煙防止への配慮、数種類の浴衣等を顧客に選択させることなど、独自のサービスの開発が期待される。しかし、リピート率を高めるためには、サービス内容だけでなく、真心のこもった接客、周辺の観光地や文化に精通した接客も重要であることを常に意識する必要がある。

さらに、観光立国実現に向け、「訪日外国人旅行者数を将来的に3千万人、平成31年までに2千5百万人」の目標を目指して、外国人旅行者誘致のためのパンフレットの作成、従業員の語学研修等に積極的な取り組む必要がある。特に、韓国、中国等近隣アジア諸国からの旅行者に対応した体制整備を行うことは、外国人宿泊客増加のための取組として有効である。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、顧客が安心して施設を利用することができるようボイラー、エレベーター等の設備を定期的に点検するとともに、利便性、快適性、環境保全、バリアフリー化を念頭に置いた施設及び設備の改善に努める必要がある。

また、従業員の安全衛生の確保及び労働条件の改善並びに環境保全や省エネルギーの観点から、必要な施設及び設備の改善及び整備に努めることも必要である。

さらに、営業者は、清潔で衛生的な料理を調理し、保管し、又は飲食させるために必要な設備及び機器の整備を図るとともに、食事場所の分煙や禁煙等受動喫煙を防止するために必要な措置を講ずるように努めなければならない。

エ 情報通信技術を利用した新規顧客の獲得や顧客の確保に関する事項

旅館業は、比較的情報通信技術の導入が普及していることから、顧客情報を適正に管理した上で、その情報を基に定期的にイベント案内をメール等で配信し、顧客への積極的な働きかけを行い、継続的な利用を促すものとする。

また、ホームページ等の開設、宿ネット等の宿泊予約サイトの活用、外国語表示を行うことで外国人旅行者の獲得を目指すなど、新たな利用者の拡大を図るとともに、外国人旅行者の無断キャンセルに対応するためのキャンセル・リザーベーション制度(クレジットカードで予約を受けた場合、連絡無しに不泊であれば一泊分の宿泊代をカード会社に請求することができる制度をいう。)の導入を推進することも必要である。

さらに、利用者の利便を考慮して、クレジットカードによる決済サービスや電子マネーによる電子決済サービス等の普及に努めるものとする。

なお、営業者は、宿泊者名簿等により利用者の個人情報を取り扱う立場であることを自覚し、個人情報について適正に管理することが必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、提供するサービス内容及び料金について明確に表示することで利用者の利便を図るとともに、温泉を利用している営業者にあつては、源泉及び浴槽の温泉成分、循環ろ過や加水等の有無の表示に努めるものとする。

また、最近の国民の安全・安心に対する意識の向上及び消費者保護が一層求められてきていることから、営業者は利用者への真摯な対応が利用者の信頼確保に繋がることを認識し、利用者からの意見や苦情に対しては、誠意をもって対応することにより、問題の早急かつ円滑な解決に努めることが必要である。

カ 人材育成に関する事項

旅館業の新たな発展を期するためには、接客技術力、調理技術力、情報収集力等の質的な経営資源を充実させ、経営力の強化を図る必要があるが、特に、人材の育成は、経営力の強化の観点から重要である。したがって、営業者は、自ら進んで情報の収集、接客技術の向上、調理技術の開発等自己研さんに努め、職場内指導を充実するとともに、都道府県指導センターや組合等の実施する研修会及び講習会への参加、技術検定試験の受験、外国人接客のための語学研修等により従業員の資質の向上を図り、その能力を効果的に発揮できるよう努めるとともに、適正な労働条件の確保に努めることも必要である。

なお、外国人接客のための語学研修等に当たっては、英語のみならず、韓国語、中国語等近隣アジア諸国の言語についても充実するほか、在留外国人と交流し、外国人宿泊客とのコミュニケーション能力の向上を図ることは、外国人宿泊客の増加のための取組として有効である。

キ シルバースター登録制度の推進に関する事項

シルバースター登録制度とは、高齢者等が快適に過ごせる利用しやすい宿泊施設の整備を図る必要から、設備、サービス及び料理面で一定の基準を充足する旅館を対象に、連合会が認定登録する制度である。

営業者は、高齢者等が安心して利用できる施設整

備等の重要性を認識し、利用者の利便を図るため、シルバースターの認定登録を受けるよう努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

(一) 組合及び連合会による営業者への支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、以下に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生水準の向上のための技術、知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催に努める。

また、連合会が営業者及び従業員の衛生管理の手引として作成している「旅館・ホテル安心安全管理マニュアル」及びそれに伴う検定サイト並びに「ここまでやろう新型インフルエンザ予防・対策」等の普及啓発、衛生管理体制の整備充実のために必要な支援に努めるものとする。

イ 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、利用者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導、助言及び情報提供に努めるものとする。

また、少子・高齢化社会等、省エネルギー、環境保全等に配慮した施設及び設備の改善に対しても指導等に努めるものとする。

ウ 利用者の利益の増進に関する事項

サービスの適正表示や接客手引及び作業手引の基本となるマニュアル、苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成及びその見直し、連合会が運営する宿ネットの充実及び普及啓発、共通利用券の発行、旅行案内所の設置及び施設便覧等の作成に努めるものとする。

また、国際化に伴う外国人観光客の受入促進のため、語学及び接客等の研修の充実及び研修を効率的に行うためのマニュアル作成に努めるものとする。

さらに、連合会が実施している還暦等を旅館で祝うキャンペーンの推進、シルバースター登録制度の普及及び人に優しい地域の宿づくり賞(高齢者や障害者を含むすべての利用者や地域住民の人々が安心して快適に利用するための配慮がなされた施設等に贈る賞をいう。)等の顕彰制度の推進に努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

経営管理の合理化等に関する講習会及び研修会の開催、経営環境に関する情報及び旅館業の将来の展望に関するデータの収集並びにこれらの情報提供、クレジットカードによる決済サービスや電子マネーによる電子決済サービス等の推進、事業再生のための調査及び研究並びに経営オペレーター(事業再生を行うために、経営の専門的な支援に携わる者をいう。)の養成の推進に努めるものとする。

オ 従業者の技能の改善向上に関する事項

接客、調理等の基礎的な技術の向上及び効果的な入浴方法の指導に資するための研修会及び講習会の開催、技能コンテストの開催及び技能評価制度の検討等教育制度の充実強化に努めるものとする。

カ 取引関係の改善及び事業の共同化等に関する事項

旅行業等の関連業界との連携強化及び誘客宣伝事業、購入事業等の事業の共同化及び協業化の企画立案並びにこれらの実施に係る指導に努めるものとする。

キ 従業者の福祉の充実に関する事項

従業者の労働条件の整備、作業環境の改善及び健康管理の充実のための支援、医療保険(国民健康保険又は健康保険をいう。)、年金保険(国民年金又は厚生年金保険をいう。)及び労働保険(雇用保険及び労働者災害補償保険をいう。)の加入等に係る啓発、組合員等の利用する福利厚生の実施並びに共済制度(退職金、生命保険等をいう。)の整備及び強化に努めるものとする。

また、男女共同参画の推進及び少子・高齢化社会等への適切な対応に配慮した従業者の福祉の充実に努めるものとする。

ク 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ、成功事例等の経営知識の情報提供及び後継者支援事業の促進に努めるものとする。

(二) 行政施策及び政策金融による事業者の支援並びに利用者の信頼の向上

ア 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、事業者に対する経営改善のために経営指導員、経営特別相談員等による具体的な指導、助言等の支援を行うとともに、利用者からの苦情や要望に対して組合及び事業者と連携して対処するなど、利用者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者及び未加入事業者に対する組合への加入の促進策を講じるものとする。

る。

イ 財団法人全国生活衛生営業指導センター(昭和55年3月24日に財団法人全国環境衛生営業指導センターという名称で設立された法人をいう。)においては、アの都道府県指導センターの取組を推進するため、利用者の意見も反映した事業者の経営改善の取組に役立つデータの収集や整備、事業者へのこれらの情報の提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

ウ 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、旅館業法等関係法令の施行業務等を通じ、事業者に対し、旅館業に関する監督指導、安全衛生に関する情報の提供その他必要な支援に努めるものとする。

エ 日本公庫においては、施設及び設備の改善等について、事業者等が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の設置等必要な支援を行うとともに、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握・分析及び関係団体への情報提供に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 省エネルギーの強化及び環境保全の推進

事業者は、施設の改修、ボイラー等の機器の購入及び更新に際しては、省エネルギー性能の高い機器の購入について配慮する。また、毎月のエネルギー使用量をグラフ化する等のいわゆる「見える化」による管理等事業者及び従業員による取組等により、温室効果ガス排出の抑制に努めるものとする。

また、営業活動に伴う水質汚濁、大気汚染、悪臭、騒音等が地域の環境に悪影響を及ぼさないよう、適正な処理のため、公害防止に係る関係法令等を十分理解し、遵守するとともに、設備の改善等の必要な措置を講じ、環境の保全に積極的に努めるものとする。

二 食品循環資源等の再生利用の推進

旅館業は宿泊客に対して食事を提供することが多いため、食品廃棄物や割り箸等の廃棄物が発生しやすいが、食品廃棄物等の量が多く、食品循環資源として分別するのに経費等がかかり、リサイクル対策が必ずしも十分ではないため、組合等が事業者に対し十分なリサイクル対策がなされるよう積極的に支援する必要がある。また、これらの対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の事業者や組合だけでなく、地方公共団体や自治会と連携しながら、地域と共に取り組むことにより、効果的かつ効率的な取組が可能となる。

このため、組合及び連合会においては、地方公共団

体等と連携しながら、旅館業における食品循環資源等を再生利用するための体系を構築するとともに、業種を超えた組合間で相互に協力し、組合員以外の営業者にも参加を促す等の普及啓発を行い、旅館業の営業における環境の保全や食品循環資源の再生利用に関する取組を推進するよう努めるものとする。

これらの取組を通じて、営業者においては、食品循環資源の再生利用等の実施率を平成24年度までに40パーセントに向上させるよう努めるものとする。このため、食品循環資源の再生利用並びに食品残さ等の発生の抑制及び減量を推進するものとする。

三 少子・高齢化社会等への対応

営業者は、人に優しい地域の宿づくりを目指すために、足腰の弱い高齢者や障害者、乳幼児連れの家族等でも気軽に宿泊できるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、高齢者や幼児が食べやすい食材を使ったメニューの開発や聴覚障害者向けの振動で知らせる目覚まし時計、文字放送を放映できるテレビ、エレベーターの点字案内板やユニバーサルデザインに配慮した備品の整備など、少子・高齢化社会等における幅広い取組が期待される。

また、高齢者等の健康増進や機能回復のためのリハビリ機能も取り入れるなど、高齢者等の健康に配慮した取組も期待される。その場合には、利用者に対する効果的な入浴方法の指導、健康管理のための専門医師との連携等管理できる体制を整えておくことが重要である。なお、営業者は、行政等との連携のもとに、生きがい対応型デイサービス事業(高齢者生きがい活動支援通所事業をいう。)に参加するなど、地域住民の福祉の向上に貢献するよう努めるものとする。

このほか、営業者は、旅館業の施設が身体障害者補助犬法(平成14年法律第49号)により身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の受入を拒否できないことを十分認識しつつ、身体障害者補助犬を同伴した身体障害者に対応することが必要である。

四 地域との共生

営業者は、商店街や温泉街の重要な構成員であることから、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域福祉や地域防犯活動への協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援など、地域と共生していくことが望まれる。

また、地場産業と協力し、地域に潜在している食文化や伝統工芸等の発掘と、その実体験を通じた地域の伝統文化とのふれあいや地産地消の推進に向け、地場産物を使用した料理を観光客に提供するなど、地域内

の関係者と連携を図ることにより、地域の活性化が促進されることが期待される。

このため、組合及び連合会においても、地方公共団体等と連携しながら、地域社会における様々な活動を企画し、指導又は援助することができる指導者の養成に積極的に取り組むことにより、営業者を支援することが期待される。

また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色ある取組を支援することが期待される。

◎食肉販売業の振興指針

(平成 23 年 3 月 16 日)
厚生労働省告示第53号

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律(昭和三十二年法律第百六十四号)第五十六条の二第一項の規定に基づき、食肉販売業の振興指針(平成十八年厚生労働省告示第十八号)の全部を次のように改正し、平成二十三年四月一日から適用する。

食肉販売業の振興指針

食肉販売業の営業者が、食品衛生法(昭和 22 年法律第 233 号)等の衛生規制を遵守しつつ、現下の諸課題に適切に対応することにより、経営の安定・改善を図り、もって国民生活の向上に資するよう、生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律(以下「生衛法」という。)第 56 条の 2 第 1 項に基づき、食肉販売業の振興指針を策定する。

本指針の作成にあたっては、営業者、組合等の前期間での事業実施状況を踏まえ、補助金、融資、税制等の制度やそれらの改革の内容を盛り込み、営業者、組合等が支援制度の活用への理解を深められるよう、実践的・戦略的な指針となるよう改定を行った。

今後、営業者、組合等において本指針が十分に活用されることを期待するとともに、衛生、経済情勢の変化や意見・要望を反映して、適時・適切に指針を改定するものとする。

第 1 食肉販売業を取り巻く状況

一 食肉販売業の事業者数の動向

食肉販売業の許可を受けた施設数は、全国で 140,065 施設(平成 21 年度末現在)であり、10 年前(平成 11 年度末)と比較して 30,857 施設の減となっている。平成 18 年度から 21 年度までの新規営業施設

数は47,137施設、廃業施設数は65,961施設と廃業が新設を上回っている（厚生労働省「衛生行政報告例」による）。

平成21年10月現在の事業者の規模は、従業者数5人未満の零細事業者が51.5%であり、また、経営者の年齢は、60から69歳が35.6%、70歳以上が18.5%と、60歳以上が54.1%となっている。後継者の有無は、40.4%が有り、50.8%が無しと回答している。また、経営上の課題として（複数回答）、69.1%が客数の減少、33.1%が施設・設備の老朽化、19.7%が立地条件の悪化を回答している（厚生労働省「生活衛生関係営業経営実態調査」による）。

二 消費動向

一世帯当たりの食肉購入額については、平成18年12月を100%とした場合、平成21年12月は、牛肉で73.2%、豚肉で74.9%と低下している（財団法人日本食肉消費総合センター「消費動向調査」による）。株式会社日本政策金融公庫（以下「日本政策金融公庫」という。）の行った直近の「生活衛生関係営業の価格・消費動向調査（平成22年7～9月期）」においても、消費者の節約志向が続いているとの事業者からの回答が多く、特に、高価格部位の売れ行き鈍化が顕著である。また、主力の牛肉から安価な豚肉や鶏肉への移行が見られるなど、客単価の下落が続いている。

平成22年4月から7月には、宮崎県を中心に口蹄疫の発生があり、売上げ高や販売数量の低迷などの影響が見られたが、ワクチン接種等の防疫措置の実施など関係者の封じ込め努力や政府による金融支援もあり、その後、同問題の克服が図られた。

三 事業者の考える今後の経営方針

平成21年10月現在で、31.8%が接客サービスの充実、20.1%が価格の見直し、16.0%が施設・設備の改善、14.0%が広告・宣伝等の強化、12.8%が廃業を回答（複数回答）している（厚生労働省「生活衛生関係営業経営実態調査」による）。

第2 前期の振興計画の実施状況

食肉販売業については、平成22年4月1日現在で、全国44都道府県（富山県、石川県、沖縄県以外）に生活衛生同業組合（以下「組合」という。）が設置されており、44都道府県の全てにおいて、本指針に基づく振興計画が策定されている。

このため、振興計画を策定している組合に加入する事業者は、日本政策金融公庫を通じて、設備資金、運転資金について、特別利率による貸付を受けることができる。

平成18年度から22年度までの5カ年の振興計画を策定している各組合が、4カ年終了時の平成21年度末に実施した自己評価は表1の通りであるが、各組合の取組みの結果、計画内容の相当程度が達成した状況が見受けられる。

なお、組合が実施する事業の一部については、生衛法に基づく国による助成措置や都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）が行う支援の対象とされるものであるが、平成22年度の行政刷新会議ワーキンググループの事業仕分けにおいて、効果測定が不十分であるとの観点から見直しを求められたことも踏まえ、国による関係の補助金について、政策目的の達成状況が検証可能となるよう事業評価の導入など必要な見直し措置を講じた。

このため、組合において振興計画を作成する際には、成果目標や事業目標を可能な限り明確化し、達成状況の評価を行うことが必要である。

組合においては、振興計画の内容を広く組合員に周知するとともに、組合及び全国食肉生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）においては、振興指針、振興計画について広報することにより、組合未加入事業者への加入勧誘、組合未結成の3県の事業者への組合結成の勧誘を図ることが期待される。

第3 食肉販売業の振興の目標に関する事項

一 食肉販売業を取り巻く環境

食肉販売業の事業者は、家庭の食卓に欠かせない食材を身近に提供する役割を果たしてきた。こうした重要な機能が引き続き担えるよう、衛生課題に適切に対応しつつ、各々の事業者の経営戦略に基づき、事業の安定と発展を図ることが求められる。また、生活弱者である高齢者や子育て・共働き世帯の増加などによる新たなニーズに的確に即応することで、地域社会や商店街における重要な構成員としての位置づけが強化され、生活者の安心を支える役割を担うことが期待される。

二 今後5年間（平成23年度から平成27年度末まで）における営業の振興の目標

1 衛生問題への対応

衛生課題は、食中毒の発生防止のような各事業者の地道な取組みが中心になる課題と、口蹄疫や牛海綿状脳症(BSE)問題、原産地偽装への対応のような、業者にとどまらず、生産者、卸売業者、食肉販売業の事業者が、関係行政機関や都道府県指導センター等との連携を密にして対応することが求められる

課題とに大別される。

衛生問題は、一定水準の管理がなされている営業者の場合、頻繁に発生するものではないだけに、発生防止のためにどれだけの必要な費用や手間をかければ十分かについて判断しにくい特質がある。しかし、食中毒等が一旦発生した場合の信用失墜は多大であるため、日頃からの地道な取組みが重要である。また、個々の営業者の問題がそれにとどまらず、業界全体に対する不信任にもつながることがあることから、都道府県の組合及び連合会には、組合員、非組合員双方の各営業者がレベルアップを図られるよう、意識の啓発や適切な指導が求められる。

2 経営方針の決定と消費者・地域社会への貢献

スーパーマーケットなどの大規模総合店舗の進出で、在来型の商店街の多くが淘汰される中、零細な営業者がいかに消費者の求めに即応しながら営業を展開するかは、営業者の創意工夫にかかっている。

少子高齢社会の進展や過疎化の進行に伴い、買い物の場所や移動手段など日常生活に不可欠な生活インフラが弱体化し、高齢者等で構成される家族が身近な買い物に不安を感じる、いわゆる「買い物弱者」の問題が顕在化してきている。

このため、身近な営業者としての役割が発揮されるよう、小規模専門店として、対面販売の強みを生かした消費者のニーズにきめ細やかに対応した品揃え、弁当・惣菜の宅配や移動販売の実施、御用聞きといった「買い物弱者」の生活利便性を向上する取り組みが求められる。

こうした新たな買い物機能の提供は、単に売上げを伸ばすだけでなく、地域で抱える問題の課題解決や地域経済の活性化につながるものであり、地域社会への貢献を通じた中長期的な経営基盤の確立は、大規模店との差別化にもつながる。

3 税制及び融資の支援措置

食肉販売業は、生活衛生関係営業 16 業種のひとつとして、税制優遇措置及び日本政策金融公庫を通じた低利融資を受ける仕組みがある。

税制については、振興計画を策定している組合が共同利用施設を取得した場合の租税特別措置が設けられており、組合において共同配送用の車輛を購入したり、組合の会館を建て替えたりする際に活用されている。

融資については、対象設備（別表 1）及び運転資金について、振興計画を策定している組合の組合員

たる営業者が借りた場合に、日本政策金融公庫の基準金利よりも低率の融資を受けることができる（別表 2）。とりわけ、平成 23 年度予算案には、各都道府県の組合が作成した振興計画に基づき、一定の会計書類を備えている営業者が所定の事業計画を作成して設備資金及び運転資金を借りた場合、より低い低利融資の仕組みが設けられたところであり、特に設備投資を検討する営業者には、積極的な活用が期待される。

三 関係機関に期待される役割

1 組合・連合会に期待される役割

組合及び連合会は、営業者の直面する衛生問題及び経営課題に対して適切な支援をすることが求められる。具体的には、営業者の必要性に即した事業について、独自の財源や国及び都道府県から受ける生活衛生関係の補助金を活用して実施することが期待される。

個々の事業の実施に際しては、計画期間における成果目標を明確にしたうえで、計画、実施し、その成果を適切に評価しつつ事業を展開することが求められる。

また、個々の事業の効果を最大限発揮するため、都道府県指導センター、保健所等行政機関、日本政策金融公庫支店等との連携、調整を行うことが期待される。

2 都道府県指導センター、日本政策金融公庫に期待される役割

上掲の税制、融資、補助金の有効活用については、多くの営業者が経営基盤が脆弱な中小零細事業者であることから、都道府県指導センター、日本政策金融公庫において、営業者へのきめ細かな相談・指導を行うことが期待される。

とりわけ、融資については、審査・決定を行う日本政策金融公庫において営業者が利用しやすい融資の実施及び生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握、分析及び関係団体への情報提供に努めるとともに、日本政策金融公庫と都道府県指導センターが協力して、手続きや計画作成に不慣れな営業者への支援の観点から、きめ細かな融資相談・指導や融資手続きの簡素化を行うことが期待される。上掲の新設の低利融資制度については、各営業者の事業計画作成が前提とされるため、本指針の内容を踏まえ、各営業者の戦略性を引き出す形での指導をすることが求められる。

3 国及び全国生活衛生営業指導センターの役割

国及び全国生活衛生営業指導センター(以下「全国指導センター」という。)においては、都道府県指導センター、日本政策金融公庫などの各関係者が営業者に対する支援を円滑に行えるよう、これらの関係者に対して助言し、制度の改善を図る必要がある。とりわけ、補助金、税制、融資については、営業者の衛生水準の確保、経営の安定に最大限の効果が発揮できるよう、所要の財源を確保するとともに、制度の不断の改善・改革を行う必要がある。また、国及び全国指導センターには、都道府県や連合会と適切に連携を図り、信頼性の高い情報発信や的確な政策ニーズの把握が求められる。

第4 食肉販売業の振興の目標を達成するために必要な事項

食肉販売業の目標を達成するために必要な事項としては、下記の多岐にわたる事項が挙げられるが、各営業者においては、衛生水準確保等のために必須の内容と、戦略的経営を推進するために選択する内容との区別を行い、計画的な事業実施を行うことが求められる。

また、組合及び連合会においては、組合員である営業者の活動支援、消費者の食肉販売業への信頼向上に資する事業を計画的に推進することが求められる。

(以下、下線部は今回の指針において新たに追加した事項である)

一 営業者の取り組み

1 衛生水準の向上に関する事項

(1) 日常の衛生管理に関する事項

- ア 衛生規制の遵守
- イ 食品衛生に関する専門的な知識の取得
- ウ 食品衛生管理者の活用
- エ 加工機器、容器等の衛生管理の改善
- オ 店舗及び従業者の着衣の清潔確保、手洗い励行
- カ 店舗の清掃
- キ 従業者の健康管理
- ク 商品の衛生的取扱
- ケ 衛生管理状況の自己点検と結果の店内表示

(2) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

- ア 商品の受け渡し場での常時衛生管理と定期的な設備の見直し
- イ 冷蔵設備、加工機器、容器等による食肉の鮮度の管理

2 経営課題への対処に関する事項

(1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

- ア 自店の立地条件、客層、商品の特色、技術力等の経営上の特質の把握
- イ ターゲットとする顧客層の特定
- ウ 重点商品の明確化
- エ 自家製ソーセージ等付加価値の高い商品の提供
- オ 弁当・惣菜等の関連商品を含む新たなサービスの開発、提供
- カ 周辺競合店の情報収集
- キ 他店とのサービス比較
- ク 競争力の高い良質なサービスや付加価値の高い食材の提供
- ケ 専門店としての独自性の発揮

(2) 消費者に対する情報提供の推進

- ア 商品の品目、産地、飼育者、飼育方法、処理日時、加工方法等の情報提供
- イ 商品の表示、展示、包装方法の工夫
- ウ 消費者の疑問や苦情への的確な対応
- エ 地域の特性に応じた外国語商品表示の推進

(3) 施設及び設備の改善に関する事項

- ア 定期的な内外装の改装
- イ 各店舗の特性を踏まえた清潔な雰囲気の醸成
- ウ 高齢者等に配慮したバリアフリー対策の実施
- エ 消費者の安全衛生及び従業者の労働安全衛生の観点からの施設、冷凍設備等の整備
- オ 消費者の要望、省エネルギーの推進等、経営の合理化・効率化のための改善
- カ 賠償責任保険への加入促進

(4) 家族経営及び対面販売の利点の発揮に関する事項

- ア 経営に関する問題意識の共有
- イ 地域に密着した長期的視点に立った経営
- ウ 経営者自らによる顧客の要望の把握
- エ 大型店とは異なる利点の発揮

(5) 後継者確保と経営の健全化

- ア 営業者の自立的問題解決
- イ 後継者への知識伝授を通じた業に対する興味、販売促進意欲の醸成
- ウ 若い人材活用による新たな経営手法の開拓
- エ 事業承継に際しての経営合理化、施設・設備の更新、経営形態の見直しなど経営健全化

(6) 情報通信技術を利用した顧客獲得・確保

- ア インターネット等を利用した注文、予約等の実施

- イ ホームページの開設とプロモーションの実施
- ウ パーソナルコンピュータを使用した顧客管理情報のデータベース化
- エ 季節に応じた商品等のダイレクトメール郵送等
- オ クレジットカード決済、電子決済の導入・普及
- (7) 経営診断の活用
 - 都道府県指導センター等の経営診断の活用
- (8) 個人情報の管理
 - 顧客情報の管理
- 二 営業者に対する支援に関する事項
 - 1 組合及び連合会による営業者の支援
 - (1) 衛生知識・意識向上
 - ア 衛生管理の研修会等の開催
 - イ 衛生管理のパンフレット作成等
 - ウ 品質保持のための新技術の研究
 - エ ポスター等による消費者広報
 - (2) 施設・設備の改善
 - 施設・設備の改善
 - (3) 消費者利益の増進・商品の提供方法
 - ア 商品の適正表示・苦情対応マニュアルの作成及び普及啓発
 - イ トレーサビリティーの推進
 - ウ 生産者・生産地等の情報収集・提供
 - エ 消費者調査に基づく消費者嗜好の把握
 - オ 消費者に対する地域の食肉販売業の役割の広報
 - (4) 経営管理の合理化・効率化
 - 先駆的経営事例、地域的経営環境条件、食肉販売業の将来展望に係る情報収集・情報提供
 - (5) 営業者・従業員の技能向上
 - 研修会・講習会、技能コンテスト等の教育研修制度の充実強化
 - (6) 事業の共同化・協業化
 - 事業の共同化・協業化の企画立案・指導
 - (7) 仕入れ方法の工夫、取引関係の改善
 - ア 生産者・生産地等の情報収集・情報提供及び処理加工業者等との連携・交流
 - イ 共同購入事業取引面の共同化
 - ウ 処理加工業者等との取引条件の改善
 - (8) 従業員の福利充実
 - ア 労働条件の整備
 - イ 健康管理充実のための支援
 - ウ 福利厚生の実施

- エ 医療保険、年金保険及び労働保険の加入等の啓発
- オ 共済制度（退職金、生命保険）の整備・強化
- (9) 事業承継、後継者支援
 - 成功事例等の経営知識の情報提供
- 2 行政施策及び政策金融による営業者の支援及び消費者の信頼の向上
 - (1) 都道府県指導センター
 - ア 経営改善指導、助言
 - イ 営業者に対する消費者の苦情・要望の伝達
 - ウ 消費者の信頼向上
 - エ 保健所・都道府県と連携した組合加入促進策
 - オ 後継者育成事業（中高校生を対象とした生活衛生関係営業への理解促進）
 - (2) 全国指導センター
 - ア 経営改善に役立つ情報データの収集・整理・提供
 - イ 苦情マニュアルの作成
 - (3) 国、都道府県
 - 食品衛生に関する監督指導、情報提供
 - (4) 日本政策金融公庫
 - ア 営業者が利用しやすい融資の実施
 - イ 生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握・分析及び情報提供
 - ウ 災害時等における相談窓口の設置

第5 営業の振興に際し配慮すべき事項

食肉販売業においては、他の生活衛生関係営業事業と同様に、衛生水準の確保と経営の安定の他に、営業者の社会的責任としての環境の保全やリサイクル対策の推進に努めるとともに、食肉販売業に密接に関連する食育への対応、時代の要請である少子高齢社会への対応、地域との共生といった課題に応じていくことが要請される。個々の営業者の取り組みが中心になる課題と、関係者が支援することで推進が図られる課題とがある。

こうした課題へ適切に対応することを通じて、地域社会に確固たる位置づけを確保することが期待される。

1 環境の保全及びリサイクル対策の推進

- (1) 営業者に期待される役割
 - ア 省エネルギー対応の冷凍・冷蔵設備の導入
 - イ 食品循環資源の再生利用等実施率の向上
 - ウ 食品廃棄物の発生抑制・減量
- (2) 組合・連合会に期待される役割
 - ア 食品循環資源等の再生利用の仕組みの構築

- イ 業種を超えた組合間で相互に協力
 - ウ 組合員以外の営業者への参加促進・普及啓発
- (3) 日本政策金融公庫に期待される役割
- 営業者への支援
- 2 食育への対応
- (1) 営業者に期待される役割
- ア ヘルシーメニューの開発・提供
 - イ 総カロリー表示、塩分量表示等の推進
 - ウ 加工食品(惣菜等)についての食物アレルギー物質の有無の明示
 - エ 食材の原産地表示
- (2) 組合・連合会に期待される役割
- ア 地域における食生活の改善の支援
 - イ 食品の安全性に関する知識普及の支援
- 3 少子高齢社会への対応
- (1) 営業者に期待される役割
- ア 宅配・御用聞き等の実施
 - イ バリアフリー対策
 - ウ 補助犬を同伴する身体障害者等への適切な対応
 - エ 高齢者の調理しやすい食材の提供
 - オ 他の生活衛生関係営業者と連携した加工食材の配食サービス提供
- (2) 日本政策金融公庫に期待される役割
- 融資による営業者への支援
- 4 地域との共生
- (1) 営業者に期待される役割
- ア 地域における街づくりへの参加・共生
 - イ 地域の商店街の共通ポイントカードや共同配送の取組みへの参加
- (2) 組合・連合会に期待される役割
- ア 社会活動を企画・指導できる指導員の育成
 - イ 業種を超えた相互協力
 - ウ 地域における特色ある取組支援

◎飲食店営業（一般飲食業，中華料理業，料理業及び社交業）及び喫茶店営業の振興指針

〔平成19年2月19日
厚生労働省告示第24号〕

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律

（昭和32年法律第64号）第56条の2第1項の規定に基づき、飲食店営業（一般飲食業，中華料理業，料理業及び社交業）及び喫茶店営業の振興指針（昭和62年厚生省告示第29号）の全部を次のように改正し、平成19年4月1日から適用する。

飲食店営業（一般飲食業，中華料理業，料理業及び社交業）及び喫茶店営業の振興指針

飲食店営業（一般飲食業，中華料理業，料理業及び社交業を営む飲食店営業をいう。以下同じ。）及び喫茶店営業の営業者は、食品衛生法（昭和22年法律第233号）等の関係法令を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い消費者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められる一方、その大部分が経営基盤の弱い弱な中小零細企業であり、個々の営業者による取組だけでは、必ずしも十分な対策を講じることができず、十分な成果を得るまでに相当な時間を要する面がある。このため、生活衛生同業組合及び生活衛生同業小組合（以下「組合」という。）並びに全国生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）等が実施する経営相談による支援に加え、国民生活金融公庫による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、飲食店営業及び喫茶店営業が抱えている諸問題を克服し、専門店としての独自性を発揮できるよう営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と消費者の利益の擁護に資することを目的として定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の食生活の向上に貢献することが期待される。また、本指針は、飲食店営業及び喫茶店営業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、食生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、地域社会づくりへの貢献など、飲食店営業及び喫茶店営業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすものである。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 飲食店営業及び喫茶店営業を取り巻く環境

飲食店営業及び喫茶店営業は、国民の生活において欠かせない位置を占めており、食生活の充実に大きく貢献するとともに、人的サービスの比重が高い産業として、消費者の日常生活に溶け込んで発展してきた。

他方で、大手資本等による大型店、チェーンストア

一、コンビニエンスストア等の進出による競争の激化、消費者の食生活の多様化や食事に対するし好の変化等外的条件が激しく変化する状況にあり、小規模営業特有の経営体質のぜい弱性等とあいまって、経営上の問題が深刻なものとなっている。さらに、景況は改善基調にあるものの、これまでの景気の低迷に伴う売上げの減少、営業者の高齢化による後継者問題、施設設備の老朽化、諸経費の上昇等飲食店営業及び喫茶店営業を取り巻く現状は極めて厳しいものとなっている。

飲食店営業及び喫茶店営業は、各地域に密着して、国民生活の食生活の向上に、また、交友や団らん等の場としても大いに役立っており、今後も、消費者のし好に応じて、環境面にも配慮した安全で安心・信頼できる商品及びサービスを提供する専門店として、国民生活の充実に一層貢献していくことが期待されている。

二 今後5年間（平成23年度末まで）における営業の振興の目標

営業者は、自店の経営方針を明確にし、多様な営業形態を持つ生活衛生営業関係の特質を生かしながら、営業の振興を図る必要がある。

第1に、飲食店営業及び喫茶店営業は、飲食物を調理及び調製し、直接消費者に飲食させ、あるいは販売する営業であり、調理及び調製並びに流通の過程で細菌等の汚染を受けやすく、食中毒等食品衛生上の問題が起りやすい環境条件にある。衛生面で問題が起きた場合には、多くの消費者に被害が及ぶことはもとより、営業自体の存続が困難になる可能性がある。したがって、これらの食品衛生上の問題を防止し、消費者に対して安全で良質な商品等を提供することは、営業者の責務であり、基本的な目標である。

第2に、営業者は、インターネット等を活用して情報の収集や分析を行い、消費者の要望を的確に把握した上で、情報分析の結果や経営資源等を踏まえ、自店の経営方針を明確にし、人材、設備等の集約やその効率的な活用を図るとともに、商品に関する多角的な情報発信並びに広告及び宣伝の強化に取り組むなど、消費者を意識した営業を展開することが必要である。

第3に、営業者は、自店の特色や地域の特色を踏まえた商品の開発や提供、商品の品質の向上やサービスの充実など、自店の付加価値を高め、良質な商品を安定的に供給できるよう、恒常的な努力を重ねることが必要である。

営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、消費者の要望を踏まえた営業や情報発信、良質な商品の安定的な供給等に積極的に取り組むことにより、専

門店としての独自性を発揮し、消費者の理解及び信頼の向上を図ることを目標とすべきである。

第2 飲食店営業及び喫茶店営業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(一) 衛生水準の向上に関する事項

ア 日常の衛生管理に関する事項

営業者は、食品衛生法等の関係法令を遵守することは当然であり、加えて、衛生水準の一層の向上を図るため、食品衛生に関する専門的な知識を深めるとともに、食品衛生責任者の活用及び使用する器具の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

さらに、営業者は、消費者が信頼し、安心できる商品を提供するために、店舗及び従業員の清潔を保ち、従業員の健康管理を行うとともに、商品の衛生的取扱いに留意し、食中毒等食品衛生上の問題の発生防止に努めることが重要である。

また、営業者は、衛生管理状況の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店が講じている措置について、消費者に対し積極的に周知することが必要である。特に、従業員の清潔な着衣の使用、手洗いの励行、店舗の清掃等により、消費者に不快感を感じさせない配慮が必要である。

イ 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生管理への取組に加えて、定期的かつ適切に自店の施設及び設備の衛生面の改善に取り組むとともに、衛生的に食材を調理及び調製し、消費者に提供するために必要な設備の整備を図ることが必要である。

(二) 経営課題への対処に関する事項

個別の経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する商品を提供し、国民生活の食生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、次に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者の中には、明確な経営方針を持たずに経営を行っている者もあり、経営管理の合理化及び効率化が遅れているのが現状である。現在置かれている経営環境を十分に考慮し、自店の経営能力に適合した経営規模を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、顧客層、資本

力、経営能力、技術力等自店の経営上の特質を十分に把握した上で、自店がどのような顧客層を対象に、どのような商品を重点的に提供するのかという経営方針を明確化することが重要である。

特に、小規模経営の店では、経営者や従業員が変わることがほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、営業におけるサービスの比重が高いことを考慮し、従業員等の教育・研修を徹底して行い、常に消費者に対する丁寧なもてなしを心がけるなどサービスの充実及び維持向上に努め、消費者との信頼関係を高めるとともに、自店の付加価値を高めることが重要である。また、優秀な人材の獲得に努め、若手従業員の育成及び指導を図るとともに、若者に魅力ある職場づくりに努めることが必要である。

営業者は、消費者の食を通じた健康づくりなどの健康志向に対応するため、ヘルシーメニューの提供、総カロリー表示等への取組が求められるほか、食の安全への関心の高まりに対応するため、食材の原産地表示等に積極的に取り組み、消費者自らが安全で良質な商品を選べる環境の整備に努めることが必要である。また、インターネット等による注文、予約等の実施、宅配サービス、持ち帰り販売等中食産業の展開による消費者の多様な要望に対応した営業を行うことにより新たな需要の開拓に努めるものとする。さらに、高級・高品質な商品の設定や地産地消の食材を使用した地域に特化した商品の開発、消費者の嗜好の変化に対応した味の工夫などにも留意すべきである。

今後、より良質なサービスの提供が期待されるとともに、ますます消費者の嗜好が多様化すると考えられることから、これに的確に対応し、消費者が安心して利用できるよう業種業態に合った接客サービスの充実にも努め、消費者の満足度を向上させることが重要である。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、自店が飲食物を提供する営業施設であることを十分認識し、安全で衛生的な施設となるよう、定期的な内外装の改装に努めるとともに、顧客層、経営方針、店の規模等に応じ、各店舗の特性を

踏まえて清潔な雰囲気醸成、高齢者等に配慮したバリアフリー対策の実施や省エネルギー対応の冷凍・冷房設備等の導入など、合理的で効率的な経営のために必要な施設及び設備の改善に努める必要がある。

また、施設を改善するに当たっては、顧客層、経営方針、店の規模等に配慮した上で、店内の分煙や喫煙時間の設定を含む禁煙等受動喫煙を防止するために必要な措置を講ずるように努めなければならない。

エ 情報通信技術を利用した新規顧客の獲得及び顧客の確保に関する事項

営業者は、顧客との信頼関係に基づき顧客情報を適正に管理し、その情報を基に誕生日又は記念日に合わせて季節のメニューやサービス等について顧客へダイレクトメールを発送するなど、顧客への積極的な働きかけをするとともに、パーソナルコンピュータを利用して業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

また、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用し、ホームページの開設、割引サービスの実施、インターネット注文の活用、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。

また、消費者の利便を考慮して、クレジットカード、電子決済等の普及に努めることも必要である。

営業者は、必ずしも個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）に規定される個人情報取扱事業者に該当するとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客データ等の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、消費者に納得と安心感を与えるため、自店の特質に応じ、分かりやすいメニュー等の表示に努めることが必要である。特に、消費者の食の安全への関心の高まりに対応するため、食材の原産地表示、食品アレルギー患者を中心とした消費者の健康被害防止を目的とした表示を行うことが必要である。消費者の健康志向に対しては、生活習慣病予防を中心とした健康づくりという観点から、厚生労働省及び農林水産省が平成17年6月に作成した食事バランスガイドの活用、総カロリー表示、塩分量表示等様々な情報の提供にも努めるとともに、料金についても総額表示とすることが必要である。

また、一般飲食店の営業者にあつては、財団法人

全国生活衛生営業指導センター（以下「全国指導センター」という。）が定めるサービス、施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とする一般飲食店営業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録を行い、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

消費者からの苦情には、誠実に対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めることが重要である。あらかじめ、問題発生時の対応マニュアルを作成し、従業員の危機管理教育を徹底するなど、日頃から様々な事故に備え、消費者の安全の確保を図るとともに、万が一、食中毒事故が生じた場合には、賠償責任保険等の活用により、消費者との信頼回復に努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

(一) 組合及び連合会による営業者の支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理に関するパンフレットの作成等による普及啓発、商品の衛生的取扱い、施設及び設備、食材の調理及び調製等の清潔の保持等に関する飲食店営業及び喫茶店営業の衛生基準の設定など、食品衛生上の安全を確保し、かつ良質な食材の調理及び調製を行うために必要な支援に努めるものとする。

イ 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言並びに情報提供に努めるものとする。

ウ 消費者の利益の増進に関する事項

営業者が、自店の特色に応じ作成する接客手引きの基本となるマニュアルの作成、消費者を対象とした飲食店営業及び喫茶店営業に関する啓発講座の実施、啓発パンフレットの作成、苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成、危機管理に関するマニュアルの作成並びに賠償責任保険への加入促進が図られるよう努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の近代化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報、飲食店営

業及び喫茶店営業の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努めるものとする。

オ 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

基礎的な調理技術や接客に関する研修会及び講習会の定期的開催等教育研修制度の充実強化、新しいメニュー開発や従業員を対象とした技術講習会、技能コンテスト等の開催による技術水準の向上並びに消費者の要望に対応したメニューやサービスの情報提供に努めるものとする。

カ 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。

キ 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、食品等関連業界の協力を得ながらの取引条件の合理的改善及び組合員等の経済的地位の向上に努めるものとする。

また、関連業界との連携を深め、情報の収集及び交換の機会の確保に努めるものとする。

ク 従業員の福祉の充実にに関する事項

従業員の労働条件の整備、作業環境の改善及び健康管理の充実のための支援、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度（退職金、生命保険等）の整備及び強化に努めるものとする。

ケ 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ及び成功事例等の経営知識の情報提供の促進に努めるものとする。

コ 食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事項

国内外における食に関する最新の情報や行政施策の動向の把握、行政機関との連携等を通じた組合員等への適切な情報提供及び行政施策に基づく指導・支援に努めるものとする。

(二) 行政施策及び政策金融による営業者の支援及び消費者の信頼の向上

都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にして、営業者に対する経営改善のための具体的指導、助言等の支援を行うとともに、消費者からの苦情及び要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、消費者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

イ 全国指導センターにおいては、これらの都道府県指導センターの取組を推進するため、消費者の意見も反映した事業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整理並びに事業者に対するこれらの情報提供、危機管理に関するマニュアルの作成、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

ウ 国、都道府県等においては、飲食店営業及び喫茶店営業に対する消費者の信頼の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、食品衛生法等関係法令の施行業務を通じ、事業者に対し、食品衛生に関する指導監督、情報提供その他必要な支援に努めるものとする。

エ 国民生活金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、事業者が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進

事業者は、仕入れた食材を調理及び調製するため、食品残さが発生しやすいが、中小零細企業が大部分であるため、事業者が取り組む環境の保全や食品循環資源の再生利用が必ずしも十分でなく、組合等が積極的に支援する必要がある。また、これらの対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の事業者や組合だけではなく、地域の自治体及び自治会が関与しながら、消費者も含めて地域全体で取り組むことにより、効果的で効率的な取組が可能となる。

このため、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、飲食店営業及び喫茶店営業における食品循環資源を再生利用するための仕組みを構築するとともに、業種を超えた組合間で相互に協力し、組合員以外の事業者にも参加を促すなどの普及促進を行い、飲食店営業及び喫茶店営業における環境の保全や食品循環資源の再生利用に関する取組を推進するよう努めるものとする。

これらの取組を通じて、飲食店営業及び喫茶店営業においては、食品循環資源の再生利用等の実施率を平成23年度までに20パーセントに向上させるよう努め、食品循環資源の再生利用並びに食品残さの発生の抑制及び減量を推進するものとする。

国民生活金融公庫においては、これら事業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

二 少子・高齢化社会等への対応

飲食店営業及び喫茶店営業は、商店街や繁華街にあ

る店舗が多いため、地域に密着した業態であるといえる。事業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、出前サービス、高齢者等に配慮した食材を使用したメニューや少量メニューの開発など、高齢化社会における幅広い取組が期待される。

また、事業者は、飲食店営業及び喫茶店営業の施設が身体障害者補助犬法（平成14年法律第49号）において身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入店を拒否できないことを十分認識し、対応することが必要である。

組合及び連合会においては、例えば、高齢者等の利便性を考慮した店舗の設計やサービスの提供等について研究を行うことにより、事業者の取組を支援することが重要である。

このほか、事業者は、消費者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努めるものとする。また、高齢者、障害者、妊産婦等に対して理解のある地域環境の実現、受動喫煙の防止、優先的な席の確保等について、取り組むことが必要である。

国民生活金融公庫においては、これら事業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

三 食育への対応

飲食店営業及び喫茶店営業は、国民の生活に大きく関わりを持つことから、健康づくりのための食育の推進に積極的に取り組むことが期待される。具体的には、食文化の継承のための食事マナー、調理方法の普及等を通じて地域における食生活の改善、食品の安全性に関する知識の普及等の支援に努めるものとする。

国民生活金融公庫においては、これら事業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

四 禁煙等に関する対策

事業者は、顧客層、経営方針、店の規模等に配慮した上で、店内の分煙や喫煙時間の設定を含む禁煙等受動喫煙を防止するために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。また、酒類を提供する事業者は、飲酒運転の防止に貢献するために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。

国民生活金融公庫においては、これら事業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

五 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して飲食店営業及び喫茶店営業の店舗の存在、提供する商品やサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、地域における街づくりへの積極的な参加や、地域における防犯活動の推進に対する協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組むとともに、営業者を支援することが期待される。また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

◎食鳥肉販売業の振興指針

〔平成20年1月31日〕
〔厚生労働省告示第22号〕

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和32年法律第164号）第56条の2第1項の規定に基づき、食鳥肉販売業の振興指針（平成15年厚生労働省告示第15号）の全部を次のように改正し、平成20年4月1日から適用する。

食鳥肉販売業の振興指針

食鳥肉販売業の営業者は、食品衛生法（昭和22年法律第233号）等の関係法令を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い消費者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められる一方、家族経営の小売店が多く、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策が講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面がある。このため、生活衛生同業組合（生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。）及び全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）等が実施する経営相談による支援に加え、国民生活金融公庫による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、食鳥肉販売業が抱えている諸課題を克服し、専門店としての独自性を発揮できるように、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と消費者の利益の擁護に資することを目的として定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の食生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、食鳥肉販売業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、食生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、地域社会づくりへの貢献など、食鳥肉販売業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすものである。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 食鳥肉販売業を取り巻く環境

食鳥肉販売業は、主に地域の商店街における食鳥肉の小売専門店として、家庭の食卓に欠かせない食材を新鮮かつ身近に提供することにより、国民生活の向上に貢献してきた。

しかし、これまでの景気の低迷による先行不安感、スーパーマーケットの展開や低価格販売店の増加、国民の生活様式の変化による外食需要の増加等に伴い、食鳥肉販売業を取り巻く経営環境は、極めて厳しいものとなっている。

さらに、近年、鳥インフルエンザの国内での発生、産地や消費期限の偽装表示等によって、食の安全性や信頼性に対する国民の関心が大変高まっていることから、食鳥肉販売業においても、消費者に対して納得及び安心感を提供することが重要な経営課題となっている。

また、社会全体の高齢化の中で、営業者自身の高齢化による後継者問題が見られるとともに、高齢者層の顧客の増加への対応も求められている。

二 今後5年間（平成24年度末まで）における営業の振興の目標

食鳥肉販売業の多くは、店頭において生肉や焼鳥等の加工食品を販売しているため、微生物の汚染を受けやすく、食中毒等食品衛生上の問題が起りやすい環境にある。これらの衛生上の危険を防止し、消費者に対して安全で良質な商品を提供することは営業者の責務である。

一方、食鳥肉は、国民の食卓に欠かせない食材であるが、処理後、熟成が終わるまでの時間が短いことが特徴であり、「朝びき」（食鳥を早朝にと殺してその日のうちに販売すること）という言葉に象徴されるよう

に、他の生鮮食材と比較し、鮮度の管理を最大の特徴とする食材といえる。この点に着目すれば、他店よりも新鮮で良質な商品を提供するなど、専門店としての独自性を発揮することにより、小売で対面販売している食鳥肉販売業が、今後とも国民生活の向上に貢献する余地は大きい。

また、最近では、産地、種類、加工方法等商品の品質に対する消費者の依然として高い関心を受けて、正確かつ詳細な情報の提供を行うことが求められている。

営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、鮮度管理の徹底、顧客に対する情報提供等に積極的に取り組むことにより、専門店としての独自性を発揮し、食鳥肉に対する消費者の理解及び信頼の向上を図ることを目標とする。

第2 食鳥肉販売業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(一) 衛生水準の向上に関する事項

ア 日常の衛生管理に関する事項

営業者は、食品衛生法等の関係法令を遵守することは当然であり、加えて、衛生水準の一層の向上を図るため、食品衛生に関する専門的な知識を深めるとともに、食品衛生責任者の活用及び使用する器具の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

さらに、営業者は、消費者が信頼し、安心できる商品を提供するために、店舗の衛生管理及び従業員の健康管理を行うとともに、商品の衛生的取扱いに留意し、食中毒等食品衛生上の問題の発生の防止に努めることが重要である。

また、営業者は、衛生管理上の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店が講じている措置について、消費者に対し積極的に周知することが必要である。特に、従業員の清潔な着衣の使用、手洗いの励行、店舗の清掃等により、消費者に不快感を与えない配慮が必要である。

イ 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生管理への取組に加えて、定期的かつ適切に自店の施設及び設備の改善に取り組むことが重要である。

特に、対面販売している食鳥肉小売店の多くは、焼鳥を加工食材の主力商品としており、商品の受渡し場の近くで調理して顧客に提供する営業形態を特徴としている。このため、商品の受渡し場は、食中毒の発生を防止する等の観点から、常に衛生上の注

意を払うことが必要であり、これらに関する設備については、可能な限り三年から四年に一度は見直しを行うなど、定期的かつ積極的な改善に取り組むことが必要である。

また、食鳥肉は、鮮度の管理を徹底することが大変重要であるので、冷蔵設備、加工機器、容器等鮮度の管理に必要な設備の改善に取り組むことが必要である。

(二) 経営課題への対処に関する事項

個別の経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する良質な食材を提供し、国民生活の食生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、次に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者の中には、明確な経営方針を持たずに経営を行っている者もあり、経営管理の合理化及び効率化が遅れ、消費者ニーズとの間にずれが生じているのが現状である。営業者は、自店の経営能力と市場の状況を適切に把握し、それに適合した経営を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、顧客層、資本力、経営能力、技術力等経営上の特質を十分把握した上で、どのような顧客層を対象に、どのような商品をどのようにして提供するかという経営方針を明確化することが重要である。

特に、小規模経営の店では、営業者や従業員が変わることがほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、営業におけるサービスの比重が高いことを考慮し、従業員等の教育・研修を徹底して行い、常に消費者に対する丁寧なもてなしを心掛けるなど、サービスの充実及び維持向上に努め、消費者との信頼関係を高めるとともに、自店の付加価値を高めることが重要である。また、優秀な人材の獲得に努め、若手従業員の育成及び指導を図るとともに、若者に魅力のある職場づくりに努めることが必要である。

営業者は、消費者の食を通じた健康づくりなどの

健康志向に対応するため、ヘルシーメニューの提供、総カロリー表示等への取組が求められるほか、食の安全への関心の高まりに対応するため、食材の原産地表示等に積極的に取り組み、消費者自らが安全で良質な商品を得て選択できる環境の整備に努めることが必要である。また、インターネット等による注文、予約等の実施、宅配サービス、持ち帰り販売等中食産業の展開による消費者の多様な要望に対応した営業を行うことにより新たな需要の開拓に努めるものとする。さらに、高級・高品質な商品の設定や産地産地消費の食材を使用した地域に特化した商品の開発、消費者の嗜好の変化に対応した味の工夫などにも留意すべきである。

今後、より良質なサービスの提供が期待されるとともに、ますます消費者の嗜好が多様化すると考えられることから、これに的確に対応し、消費者が安心して利用できるよう業種業態に合った接客サービスの充実を努め、消費者の満足度を向上させることが重要である。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、自店が飲食物を提供する営業施設であることを十分認識し、安全で衛生的な施設となるよう、定期的な内外装の改装に努めるとともに、顧客層、経営方針、店の規模等に応じ、各店舗の特性を踏まえて清潔な雰囲気の醸成、高齢者等に配慮したバリアフリー対策の実施や省エネルギー対応の冷凍・冷房設備等の導入など、合理的で効率的な経営のために必要な施設及び設備の改善に努める必要がある。

エ 情報通信技術を利用した新規顧客の獲得及び顧客の確保に関する事項

営業者は、顧客との信頼関係に基づき顧客情報を適正に管理し、その情報を基に誕生日又は記念日に合わせて季節のメニューやサービス等について顧客へダイレクトメールを発送するなど、顧客への積極的な働き掛けをするとともに、パーソナルコンピュータを利用して業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

また、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用し、ホームページの開設、割引サービスの実施、インターネット注文の活用、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。

また、消費者の利便を考慮して、クレジットカード、電子決済等の普及に努めることも必要である。

営業者は、必ずしも個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）に規定される個人情報取扱事業者に該当するとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客データ等の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、消費者に納得と安心感を与えるため、自店の特質に応じ、分かりやすいメニュー等の表示に努めることが必要である。特に、消費者の食の安全への関心の高まりに対応するため、食材の原産地表示、食品アレルギー患者を中心とした消費者の健康被害防止を目的とした表示を行うことが必要である。消費者の健康志向に対しては、生活習慣病予防を中心とした健康づくりという観点から、厚生労働省及び農林水産省が平成17年6月に作成した食事バランスガイドの活用、総カロリー表示、塩分量表示等様々な情報の提供にも努めるとともに、料金についても総額表示とすることが必要である。

消費者からの苦情には、誠実に対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めることが重要である。あらかじめ、問題発生時の対応マニュアルを作成し、従業員の危機管理教育を徹底するなど、日頃から様々な事故に備え、消費者の安全の確保を図るとともに、万が一、食中毒事故が生じた場合には、賠償責任保険等の活用により、消費者との信頼回復に努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

(一) 組合及び連合会による営業者の支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理に関するパンフレットの作成等による普及啓発、商品の衛生的取扱い、施設及び設備、食材の調理及び調製等の清潔の保持等に関する食鳥肉販売業の衛生基準の設定など、食品衛生上の安全を確保し、かつ良質な食材の調理及び調製を行うために必要な支援に努めるものとする。

イ 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言並びに情報提供に努めるものとする。

ウ 消費者の利益の増進に関する事項

営業者が、自店の特色に応じ作成する接客手引きの基本となるマニュアルの作成、消費者を対象とした食鳥肉販売業に関する啓発講座の実施、啓発パンフレットの作成、苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成、食品の安全・安心に係る危機管理マニュアルの作成及び賠償責任保険への加入促進が図られるよう努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の近代化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報及び食鳥肉販売業の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努めるものとする。

オ 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

基礎的な調理技術や接客に関する研修会及び講習会の定期的開催等教育研修制度の充実強化、新しいメニュー開発や従業員を対象とした技術講習会、技能コンテスト等の開催による技術水準の向上並びに消費者の要望に対応したメニューやサービスの情報提供に努めるものとする。

カ 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。

キ 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、食品等関連業界の協力を得ながらの取引条件の合理的改善及び組合員等の経済的地位の向上に努めるものとする。

また、関連業界との連携を深め、情報の収集及び交換の機会を確保に努めるものとする。

ク 従業員の福祉の充実に関する事項

従業員の労働条件の整備、作業環境の改善及び健康管理の充実のための支援、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度（退職金、生命保険等）の整備及び強化に努めるものとする。

ケ 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ及び成功事例等の経営知識の情報提供の促進に努めるものとする。

コ 食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事項

国内外における食に関する最新の情報や行政施策の動向の把握、行政機関との連携等を通じた組合員等への適切な情報提供及び行政施策に基づく指導・支援に努めるものとする。

(二) 行政施策及び政策金融による営業者の支援及び消費者の信頼の向上

ア 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のための具体的指導、助言等の支援を行うとともに、消費者からの苦情及び要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、消費者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

イ 財団法人全国生活衛生営業指導センターにおいては、アの都道府県指導センターの取組を推進するため、消費者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供、食品の安全・安心に係る危機管理マニュアルの作成、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

ウ 国、都道府県等においては、食鳥肉販売業に対する消費者の信頼の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、食品衛生法等関係法令の施行業務を通じ、営業者に対し、食品衛生に関する指導監督、情報提供その他必要な支援に努めるものとする。

また、災害、事故等に際し、営業者が風評被害を受けることのないよう、適時、適切な対策を講じるものとする。

エ 国民生活金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の設置等必要な支援に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進

営業者は、仕入れた食材を調理及び調製するため、食品残さが発生しやすいが、中小零細企業が大部分であるため、営業者が取り組む環境の保全や食品循環資源の再生利用が必ずしも十分ではなく、組合等が積極的に支援する必要がある。また、これらの対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の営業者や組合だけではなく、地域の自治体及び自治会が関与しながら、消費者も含めて地域全体で取り組むことにより、効果的で効率的な取組が可能となる。

このため、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、食鳥肉販売業における食品循環資源を再生利用するための仕組みを構築するとともに、業種を超えた組合間で相互に協力し、組合員以外の営

業者にも参加を促すなどの普及促進を行い、食鳥肉販売業における環境の保全や食品循環資源の再生利用に関する取組を推進するよう努めるものとする。

これらの取組を通じて、食鳥肉販売業においては、食品循環資源の再生利用等の実施率を平成24年度までに45パーセントに向上させるよう努め、食品循環資源の再生利用並びに食品残さの発生の抑制及び減量を推進するものとする。

国民生活金融公庫においては、これら業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

二 少子・高齢化社会等への対応

食鳥肉販売業は、商店街や繁華街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であると言える。業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、出前サービス、高齢者や障害者に配慮した食材を使用したメニューや少量メニューの開発など、高齢化社会における幅広い取組が期待される。

また、業者は、食鳥肉販売業の施設が身体障害者補助犬法（平成14年法律第49号）において身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入店を拒否できないことを十分認識し、対応することが必要である。

組合及び連合会においては、例えば、高齢者や障害者の利便性を考慮した店舗の設計やサービスの提供等について研究を行うことにより、業者の取組を支援することが重要である。

このほか、業者は、消費者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努めるものとする。また、高齢者、障害者、妊産婦等に対して理解のある地域環境の実現等について取り組むことが必要である。

国民生活金融公庫においては、これら業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

三 食育への対応

食鳥肉販売業は、国民の生活に大きく関わりを持つことから、健康づくりのための食育の推進に積極的に取り組むことが期待される。具体的には、食文化の継承のための食事マナー、調理方法の普及等を通じて地域における食生活の改善、食品の安全性に関する知識の普及等の支援に努めるものとする。

国民生活金融公庫においては、これら業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

四 地域との共生

業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して食鳥肉販売業の店舗の存在、提供する商品やサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、地域における街づくりへの積極的な参加や、地域における防犯活動の推進に対する協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組むとともに、業者を支援することが期待される。また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

◎興行場営業の振興指針

〔平成21年2月23日
厚生労働省告示第40号〕

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和32年法律第164号）第56条の2第1項の規定に基づき、興行場営業の振興指針（平成16年厚生労働省告示第63号）の全部を次のように改正し、平成21年4月1日から適用する。

興行場営業の振興指針

興行場営業の業者は、興行場法（昭和23年法律第137号）等を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より良い娯楽を生み出す努力をすることにより、国民の文化的生活の充実に一層貢献していくことが求められる一方、個々の業者による取組だけでは、十分な対策を講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面がある。このため、生活衛生同業組合（生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。）及び全国興行生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）等が実施する経営相談による支援に加え、株式会社日本政策金融公庫（以下「日本政策金融公庫」という。）による融資等により、各業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、興行場営業が抱えている諸問題を克服

し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用者の利益の擁護に資することを目的として、定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、興行場営業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、日常生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、活力ある地域社会づくりへの貢献など、興行場営業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすことが期待される。

なお、現時点においては、興行場の多くを映画館が占めているため、今回の指針では特に映画館を例に記述することとする。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 興行場営業を取り巻く環境

興行場営業は、国民生活における身近な娯楽を提供するものとして、その地位を保ってきたところである。その施設数及び入場者数は、昭和30年代半ばのピーク時から平成7、8年頃にかけて、娯楽の多様化、テレビ、家庭用ビデオ、パーソナルコンピュータ、家庭用ゲーム機、衛星放送等の普及により、長期間減少傾向にあったが、近年、邦画を中心とした話題作の増加、郊外地域を中心とした複数のスクリーンを有する映画館(以下「シネマコンプレックス」という。)の増加等により、スクリーン数は、平成13年末の2,585スクリーンから平成19年末には3,221スクリーンと漸増傾向にある。

しかし、その実情をみると、シネマコンプレックスは短期間のうちに全スクリーン数の75パーセントを超える勢いで増加しているが、それによって競争の激化を招き、周辺地域の既存の単独スクリーンの映画館(以下「単独館」という。)の閉館が相次ぐなど大きな影響が生じている。

また、興行収入は、平成13年度から2千億円前後を推移しているが、スクリーン数の増加に伴い、1スクリーン当たりの年間興業収入は、平成13年度以降年々減少している。

一方、平成18年に邦画の興行収入が洋画の興行収入を21年ぶりに超えて邦画の頭張りの特筆されるが、この中にはテレビ番組と連携した話題作もあった。なお、映画の入場者数は、映画作品の優劣に左右され、ヒット作品の有無により経営環境に影響するものであるため、邦画、洋画を問わずヒット作品の出現が期待され

る。

二 今後5年間(平成25年度末まで)における営業の振興の目標

興行場営業は、一時に不特定多数の利用者を密閉性の高い施設に長時間収容して行うという営業形態上の特殊性を有している。利用者の安全衛生を確保するために、適切な空調設備の整備保全、清掃の励行や洗面所等汚染されやすい区画の消毒等清潔で安全な環境の維持に努めることは、営業者の責務である。

また、興行場営業は、娯楽、文化の担い手として重要な役割を果たしているが、娯楽の多様化、家庭用DVD、パーソナルコンピュータ、家庭用ゲーム機、衛星放送、都市型ケーブルテレビ等が普及する中で、他の娯楽産業との競争における生き残りを図るため、シネマコンプレックス、単独館ともに、家庭では体験できない映画館ならではの画面の迫力等の魅力をかき立て、また、飲食等附属的なサービスの提供を行うことにより、利用者が望む映画を快適な環境で鑑賞できるような魅力的な施設作りを進める必要がある。

特に、シネマコンプレックスとの競争にさらされている単独館については、利用者の要望を調査し、固定客を確保するなど、独自性を発揮し、魅力を増すことが必要である。

さらに、2011年のテレビのデジタル放送化及び映画制作、配給等の全工程デジタル化により、今後、配給映画のデジタル化が予想され、映画館においても、これらの対応が迫られることが予想される。

また、原材料価格の高騰や世界的な金融危機に伴う経済状況の変化が予想される中、顧客の安定した確保が図られるよう、利用者の要望に対応したサービスの取組が必要である。

各営業者は、これらの事項を十分に認識し、衛生水準の向上、経営改善等に積極的に取り組むことにより、自己経営能力に適合した経営規模又は営業形態を実現することを目標とすべきである。

第2 興行場営業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(一) 衛生水準の向上に関する事項

営業者は、シックハウス等室内の化学物質による健康への影響についての関心の高まりや新たな感染症の発生状況等に配慮しつつ、公衆衛生の見地からの対策を講じることを要請されている。このため、自館の営業形態、施設及び設備等に応じた、快適な温度及び空気環境の確保、トイレ等の清掃の徹底、衛生教育の充

実による従業員の資質の向上等衛生水準の維持向上のためのサービスの充実・強化を図り、利用者が清潔かつ衛生的な環境で快適に映画を楽しめるよう衛生管理に努めるものとする。特に最近、新型インフルエンザの発生が危惧されていることから、営業者自らが、従業員に対し衛生管理に関する模範を示すとともに、従業員の健康管理に十分留意し、従業員に対する衛生教育及び監督指導に当たることが必要である。

さらに、営業者は、消防法(昭和23年法律第186号)等の関係法令を踏まえた非常口表示等の措置を講じ、従業員の安全教育の徹底を図るとともに、地域との連携を密にした防災・避難対策や上映前の入場者に対する適切な情報提供を行うことが必要である。

(二)経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、営業を通じて娯楽を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、次に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、自店の経営能力や市場の状況を適切に把握し、それに適合した経営を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自館の立地条件、顧客層、利用者数、交通事情、他館との競合状況等を分析して、経営方針を明確化し、その方針に沿った利用者の増加のための努力を行うことが重要である。

車社会の現状において、駐車設備を完備するシネマコンプレックスとの間で広域的な競争を強いられている単独館は、極めて厳しい経営環境にあるため、家族客、中高年齢者の客、女性客、若者客等多様な顧客の要望に合った映画の選択、固定客を確保するための会員制の割引や商店街の飲食店と提携した割引制度を講ずるなど、地域の実情に応じた方策を検討することが必要である。

特に、地方都市の単独館では、営業者が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの向上及び顧客の確保に関する事項

営業者は、関連書籍、デジタルビデオディスク及びビデオソフトの販売、喫茶、売店コーナーの充実

等、他の付帯事業についても積極的に推進するとともに、インターネット等の情報通信技術を活用し、ホームページの開設、利用予約、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。また、インターネットや地域のケーブルテレビを活用した広告等により顧客に対してサービス内容を積極的に宣伝するとともに、利用者のアンケート箱の設置、利用者の要望の調査等を行うことにより、利用者の要望にあった付加価値の提供に努めるものとする。

一方、映画の盗撮の防止に関する法律(平成19年法律第65号)(以下「映画盗撮防止法」という。)が施行され、映画館における録音・録画行為は著作権の侵害となり違法であることについて、利用者へ周知するものとする。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

利用者にとって、清潔で魅力的な施設となるよう、定期的な内外装の改装、快適な椅子の設置、映像・音響設備の改善等に努めるものとする。

映画産業のデジタル化の確立に伴い、デジタルシネマ上映設備、最近注目されている3D(立体映画)上映に必要な機材等のビジネス情報を迅速に把握し、検討することが必要である。

エ 従業員の資質の向上

従業員の企画、顧客管理、接客等の技術の向上、映写技師の確保等を図るため、組合等の研修会、講習会等も活用しつつ、その資質の向上を図るとともに、適切な労働条件や健康管理を図る必要がある。

二 営業者に対する支援に関する事項

(一)組合及び連合会による営業者への支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理に関するパンフレットの作成等に関する指導助言に努めるものとする。

イ 施設及び設備並びにサービスの改善に関する事項

経営管理の合理化及び効率化、利用者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言及び情報提供に努めるものとする。

また、高齢者等の利便性を考慮した施設的设计やサービスの提供等について研究を行い、その成果の普及に努めるものとする。

ウ 利用者の利益の増進に関する事項

利用者の要望の多様化に応えるために必要な新技術の研究、催事の開催等利用者に対する映画館営業に関する啓発活動、共通利用ができる映画鑑賞券の発行の検討並びに利用者の動向や意識を把握するための市場調査及び映画制作会社、映画配給会社等関連業界に対する当該情報の提供に努めるとともに、国民に対して映画館における映画の魅力を宣伝することに努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の合理化及び効率化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報並びに業界の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努めるものとする。

また、映画盗撮防止法の施行により映画館における録音・録画行為は著作権の侵害となり禁止されたことに伴う利用者への周知方法等について営業者に情報提供するとともに、国民に対して映画盗撮防止法の趣旨の伝達に努めるものとする。

さらに、映画産業のデジタル化に伴うデジタルシネマへの移行について、情報提供等による支援に努めるものとする。

オ 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

営業者の特質に応じて作成する接客マニュアルの作成の指導助言に努めるものとする。

カ 配給会社等との良好な関係の構築に関する事項

単独館が、配給制度、割引制度等について、配給会社との間で良好な関係を築くために行う情報収集及び連絡調整の支援に努めるものとする。

キ 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導助言に努めるものとする。

ク 従業者の福祉の充実にに関する事項

従業者の労働条件整備、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援、医療保険(国民健康保険又は健康保険)、年金保険(国民年金又は厚生年金保険)及び労働保険(雇用保険及び労働者災害補償保険)の加入等に係る啓発、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生等の充実並びに共済制度(退職金、生命保険等)の整備及び強化に努めるものとする。

さらに、男女共同参画社会の推進及び少子・高齢化社会への適切な対応に配慮した従業者の福祉の充実に努めるものとする。

ケ 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ、成功事例等の経営知識の情報提供に努めるものとする。

(二) 行政施策及び政策金融による営業者への支援並びに利用者の信頼の向上

ア 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のため経営指導員、経営特別相談員等による具体的指導、助言等の支援を行うとともに、利用者からの苦情や要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、利用者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者及び未加入営業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

イ 財団法人全国生活衛生営業指導センター(昭和55年3月24日に財団法人全国環境衛生営業指導センターという名称で設立された法人をいう。)においては、アの都道府県指導センターの取組を推進するため、利用者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整備、営業者に対するこれらの情報提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

ウ 国、都道府県等においては、興行場営業の健全な振興を図る観点から、興行場法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、興行場に関する指導監督、情報提供その他の必要な支援に努めるものとする。

エ 日本政策金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者等が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の設置等必要な支援を行うとともに、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握、分析及び関係団体への情報提供に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境保全及び省エネルギーの強化

営業者は、営業活動に伴って生ずる廃棄物を少なくするよう努力するとともに、分別回収に協力し、地域の環境に悪影響を及ぼさないよう必要な措置を講じ、環境の保全に努めるものとする。

また、地球環境保護のため、店舗の改修、機器の購入及び更新に際しては、省エネルギー性能の高い機器の導入について配慮し、温室効果ガス排出の抑制に努めるものとする。

二 少子・高齢化社会等への対応

営業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で

安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、車椅子用の鑑賞スペースの確保など、高齢化社会における幅広い取組が期待される。また、乳幼児を抱える父母にも、映画鑑賞の機会を設けるために託児施設との連携を検討するとともに、少子化の中で青少年が安心して映画を楽しめる環境作りや若い世代の映画ファンを育てる工夫を行うことが必要である。

なお、営業者は、映画館の施設が身体障害者補助犬法(平成14年法律第49号)により身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入館を拒否できないことを十分認識し、対応することが必要である。

このほか、営業者は、利用者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努め、また、高齢者、障害者、妊産婦等に優しい環境の実現、受動喫煙の防止等について取り組むことが必要である。

三 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して映画館の存在、提供するサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、地域における街づくりへの積極的な参加や、地域における防犯活動への協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

また、営業活動を行う際には、青少年層に悪影響を及ぼさないなど風紀面にも十分に注意しなければならない。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組むとともに、営業者を支援することが期待される。

また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

◎浴場業の振興指針

〔平成 22 年 3 月 5 日〕
厚生労働省告示第79号

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律(昭和32年法律第164号)第56条の2第1項の規定に基づき、浴場業の振興指針(平成17年厚生労働省告示第70号)の全部を次のように改正し、平成22年4月1日から適用する。

浴場業の振興指針

浴場業の営業者は、公衆浴場法(昭和23年法律第139号)等の衛生規制を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い利用者ニーズへの対応など経営上の課題への取組が求められているにもかかわらず、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策が講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面がある。このため、生活衛生同業組合(生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。)及び全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター(以下「都道府県指導センター」という。)等が実施する経営相談による支援に加え、株式会社日本政策金融公庫(以下「日本公庫」という。)による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、浴場業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるように、計画的に営業の振興を図り、もって公衆衛生の向上と利用者の利益の擁護に資することを目的として定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、浴場業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、日常生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、活力ある地域社会作りへの参画など、浴場業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすことが期待される。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 浴場業を取り巻く環境

浴場業は、高温多湿な我が国の気候風土の中で古くから「施浴」や「町湯」として栄え、多くの人々に入浴の機会を提供し、地域の保健衛生水準の維持向上に大いに役立ってきたところであり、地域の触れ合いの場としても重要な役割を担うなど、我が国独特の生活文化を築いてきたものである。

しかし、一般公衆浴場(いわゆる「銭湯」をいう。)にあつては、自家風呂の普及、一般公衆浴場以外の施設であるスーパー銭湯、健康ランドなどの大型入浴施設、スポーツ施設に併設される浴場等の増加により経営環境は極めて厳しくなっており、施設数は平成15年度の約7千3百軒から平成20年度は約5千7百軒に減少している。一方、サウナ、スーパー銭湯等を含めた

公衆浴場全体では同時期の調査においてその施設数が約2万7千軒から約2万9千軒に増加していることから、国民の入浴を楽しむ傾向は依然健在であると思われるものの、一般公衆浴場の利用者は減少傾向にあると考えられる。

また、一般公衆浴場は、物価統制令(昭和21年勅令第118号)第四条の規定に基づき入浴料金を都道府県知事が指定していることもあり、公衆浴場の確保のための特別措置に関する法律(昭和56年法律第68号。以下「確保法」という。)第3条の規定に基づき、金融・税制上の優遇措置等の諸施策を実施しているが、利用者数の減少に伴う収益の減少、経営者の高齢化、施設及び設備の老朽化等による経営環境の悪化、家族経営による長時間労働、相続税の負担増等による後継者の確保難により転業及び廃業が進んでいる。

しかしながら、一般公衆浴場は、自家風呂を持たない人々に対して入浴の機会を提供するとともに、「浴槽が大きくリラックスできる」、「よく温まる」などの利用者の声もあり、従来のような単に身体を洗うという目的以外に、疲れをとる、気分転換を図るなどの心の癒しの場として、今後とも、快適で衛生的な状態を確保し、国民生活の充実に大きく貢献することが期待されている。

二 今後5年間(平成26年度末まで)における営業の振興の目標

浴場業は、不特定多数の者を入浴させるという公益性の高い営業であるため、衛生上の問題、特に、レジオネラ属菌に注意が必要な業態である。衛生上の危険を防止し、利用者に対して安全なサービスを提供することは営業者の責務である。

また、一般公衆浴場は、利用客の減少している中においても、例えば、ジョギングブームによる新規利用者の掘り起こしなど地域に密着したサービスの提供により、経営の安定化を図るとともに、地球環境に配慮したボイラー燃料への転換を含めた自店の経営方針やサービスの見直しを行い、経営の効率化に努める必要がある。

特に、新規利用者の掘り起こしについては、自家風呂保有率の上昇の結果、一般公衆浴場について関心が低くなっていることから、現在の利用者以外に向けて、ホームページ等により、浴場の有用性や心の癒しの場としての効果を積極的に情報提供するなど、創意工夫した広告や宣伝を行うことにより、利用者の拡大に努める必要がある。

一方、一般公衆浴場は、自家風呂のない人々には日

常生活において欠くことのできない施設であることから、営業者は地域住民の健康の増進、住民相互の交流の促進等住民の福祉の向上に関し重要な役割を担っていることを認識し、国及び地方公共団体が行う住民の福祉のための施策に協力するよう努めなければならない。

各営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、利用者への情報提供に積極的に取り組むとともに、住民の福祉の向上や環境に優しい浴場を目指し、一般公衆浴場としての独自性を発揮し、自己の経営能力に適合した経営規模又は営業形態を実現することを目標とする。

第2 浴場業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(一) 衛生水準の向上に関する事項

営業者は、レジオネラ症や新型インフルエンザ等の感染症の発生状況等を踏まえ、公衆衛生の観点から感染症対策の充実を図るとともに、より清潔で快適な浴場の整備を図ることが必要である。

特に、入浴設備の衛生管理については、レジオネラ症等の発生を防止するために、自主管理手引書及び点検表を作成し、営業者又は従業員の中から日常の衛生管理に係る責任者を定める等の自主管理対策の充実を図ることが必要である。一方、換気、防湿、衛生害虫等の駆除、脱衣室及びトイレ等の清掃、足拭きマットその他設備についても衛生の保持を図り、利用者が衛生的な環境で快適な入浴が行えるよう衛生管理に努めることも必要である。

また、感染症の予防のため、発熱等の感染症を疑う症状のある従業員に対する適切な対応など従業員の健康管理に十分留意し、従業員に対する正確な衛生教育の徹底及び危機管理体制を整備することが必要である。

(二) 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、利用者に対して入浴の場を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、以下に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、自店の経営方針や地域の状況を適切に把握し、それに適合した経営を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

一般公衆浴場は、すでに地域に定着しているところが多いことから、利用者の要望、顧客層等の動向、

周囲の競合店の状況等の情報を収集し、自店のサービスを見直すなど、経営意識の改革に努めるとともに、経営方針について将来を見据えた上で改めて検討する必要がある。

また、一般公衆浴場は小規模の施設が多く、営業者及び従業員が変わることがほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、自店の立地条件や経営方針に照らし、営業日や営業時間、利用者が満足するサービスの見直しに努める必要がある。

例えば、こどもの日、母の日、父の日、敬老の日等の無料優待制度、菖蒲湯、柚子湯、ハーブ湯、薬湯等のサービス、冷水や麦茶の無料サービス、優待制度付きのプリペイドカード、回数券、家族券の発行、個人のプライバシー保護を考慮した番台のローバー化、清涼飲料水や氷菓等多様な飲食物等の提供、BGMの放送等自由な発想で自店に適した新たなサービスの開発が期待される。

また、地方公共団体や関係機関等と連携して活性化のために様々な取組を行うことが求められており、例えば、自家風呂の普及により銭湯を利用したことのない子どもが多い中、体験入浴、親子触れ合い入浴など子どもが利用しやすい企画を実践することや、歴史や構造で特色をアピールできる施設の場合は、自店の特色を含めた銭湯文化の紹介・発信を行うことなどにより、一般公衆浴場についての関心を高める工夫が必要である。

さらに、営業者は、自ら進んで健康入浴法の効果的な方法等知識向上の自己研さんに努め、職場内指導を充実するとともに、地域住民の健康の増進を図るために、高血圧、糖尿病等生活習慣病患者に対する入浴指導、広い浴槽を活用した生活習慣病予防活動のための水中運動の推進、専門家による健康講座や相談の実施等健康入浴推進事業の推進に努めることが期待される。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

一般公衆浴場においては、福祉入浴援助事業(デイセンター事業をいう。)及び確保法により、健康増進等の取組を推進することが求められている。例えば、健康情報誌等を備えた図書コーナー等の健康

の維持又は増進の場の設置並びに休憩室、談話室、趣味の教室等、地域の触れ合いと文化活動の場の設置、また、インターネット端末の設置、ケーブルテレビ等による情報の提供、軽食コーナー、健康機器の設置を行う等、利用者の利便に配慮した施設及び設備の多様化を推進するとともに、コミュニティセンター、デイサービスセンター等の機能を有する公共的施設との連携又は複合化を推進するなど、地方公共団体の協力を得ながら地域コミュニティの核となるべく施設及び設備の改善を図ることが期待される。

また、一般公衆浴場においては、営業者の高齢化、後継者不足等により事業継続の先行きが不透明なことから、設備投資に迷っている営業者も少なくないが、老朽化した設備では新規利用客に対してアピールできないことも事実であるため、経営方針を明確化した上で、利用者の利便及び快適性を確保し、改築、改修等を行うよう努めることも必要である。さらに、気泡風呂、ジェット風呂、露天風呂、大型浴槽、サウナ等を備えた浴室、マッサージ設備等の家庭にはないリラクゼーション設備を整備するとともに、脱衣室の冷暖房化やハンガー付きロッカーの設置の推進、施設内の分煙や禁煙等受動喫煙の防止のための対策、シャワーの配置にも十分配慮するなど、ゆとりある質の高い空間づくりに努めることが期待される。

エ 情報通信技術を利用した新規顧客の獲得や顧客の確保に関する事項

一般公衆浴場の営業者の中には、広告や宣伝は不必要と考えている営業者も少なくないが、一般公衆浴場の存在を近隣住民に周知する上でもインターネット等の活用が効果的である。営業者は、各種サービスの実施等の催事情報をホームページ等に掲載し、顧客への積極的な働きかけをするとともに、パーソナルコンピュータを利用して管理及び運営業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

なお、営業者は、顧客データ等の取扱いに当たっては、適正に管理することが必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、利用者の見やすい場所に、営業時間、休業日、設備等、提供するサービス内容及び料金について明確に表示することにより、利用者の利便を図るとともに、利用者に対し入浴効果、正しい入浴マナー等の浴場に関する情報の提供に努めるものとする。

また、最近の国民の安全・安心に対する意識の向上及び消費者保護が一層求められてきていることから、営業者は利用者への真摯な対応が利用者の信頼確保に繋がることを認識し、利用者からの意見や苦情に対しては、誠意をもって対応することにより、問題の早急かつ円滑な解決に努めることが必要である。

カ 人材育成に関する事項

一般公衆浴場業の新たな発展を期するためには、従業員の資質の向上に関する情報を収集することや銭湯の持つ医学的効用に関する知識を習得することなど、進んで自己研さんに努め、職場内指導を充実するとともに、都道府県指導センターや組合等の実施する研修会、講習会等あらゆる機会を活用して従業員の資質の向上を図り、その能力を効果的に発揮できるよう努めるとともに、適正な労働条件の確保に努めることも必要である。

二 営業者に対する支援に関する事項

(一) 組合及び連合会による営業者の支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、以下に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生水準の向上のための技術、知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、営業者及び従業員の衛生管理の手引の作成等による普及啓発、衛生管理体制の整備充実のために必要な支援に努めるものとする。

イ 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、利用者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導、助言及び情報提供に努めるものとする。

また、少子・高齢化社会等、省エネルギー、環境保全等に配慮した施設及び設備の改善に対しても指導等に努めるものとする。

ウ 利用者の利益の増進に関する事項

サービスの適正表示や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成及びその見直し、利用者からの苦情や要望に関する情報の収集及び提供、銭湯マップによる組合員の店舗紹介に努めるものとする。

また、メタボリック・シンドローム及び生活習慣病の予防及び改善等に役立つ指導並びにこれらの情報提供並びにストレス解消の効果等入浴に関する正

しい知識の普及啓発に努めるものとする。

さらに、スタンプラリーの実施や銭湯文化の周知など、一般公衆浴場の有用性を利用者その他に広くアピールする機会を増やすことも必要である。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

経営管理の合理化等に関する講習会及び研修会の開催、経営環境に関する情報及び一般公衆浴場業の将来の展望に関するデータの収集並びにこれらの情報提供に努めるものとする。

オ 従業員の技能の改善向上に関する事項

銭湯の持つ医学的効用や健康入浴法に関する知識、基礎的な接客等に関する研修会及び講習会の開催や健康入浴推進員の養成に努めるものとする。

カ 取引関係の改善及び事業の共同化等に関する事項

機器業界等の関連業界との連携強化及び共通入浴券事業、購入事業等の共同化及び協業化の企画立案並びにこれらの実施に係る指導に努めるものとする。

キ 従業員の福祉の充実に関する事項

従業員の労働条件の整備、作業環境の改善及び健康管理の充実のための支援、医療保険(国民健康保険又は健康保険をいう。)、年金保険(国民年金又は厚生年金保険をいう。))及び労働保険(雇用保険及び労働者災害補償保険をいう。))の加入等に係る啓発、組合員等の利用する福利厚生の充実並びに共済制度(退職金、生命保険等をいう。))の整備及び強化に努めるものとする。

また、男女共同参画の推進及び少子・高齢化社会等への適切な対応に配慮した従業員の福祉の充実に努めるものとする。

ク 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ、成功事例等の経営知識の情報提供及び後継者支援事業の促進に努めるものとする。

(二) 行政施策及び政策金融による営業者の支援並びに利用者の信頼の向上

都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のため、経営指導員、経営特別相談員等による具体的な指導、助言等の支援を行うとともに、利用者からの苦情や要望に対して組合及び営業者と連携して対処するなど、利用者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、健康入浴推進事業の推進に努めるものとする。

イ 財団法人全国生活衛生営業指導センター(昭和55

年3月24日に財団法人全国環境衛生営業指導センターという名称で設立された法人をいう。)においては、アの都道府県指導センターの取組を推進するため、利用者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つデータの収集や整備、営業者へのこれらの情報の提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

ウ 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、公衆浴場法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、公衆浴場業に関する監督・指導、安全衛生に関する情報の提供その他必要な支援に努めるものとする。

エ 日本公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者等が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の設置等必要な支援を行うとともに、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握・分析及び関係団体への情報提供に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 省エネルギーの強化及び環境保全の推進

営業者は、施設の改修、ボイラー等の機器の購入及び更新に際しては、省エネルギー性能の高い機器の購入について配慮する。また、毎月のエネルギー使用量をグラフ化する等のいわゆる「見える化」による管理等営業者及び従業員による取組等により、温室効果ガス排出の抑制に努めるものとする。

また、営業活動に伴う水質汚濁、大気汚染等が地域の環境に悪影響を及ぼさないよう、適正な処理のため、公害防止に係る関係法令等を十分理解し、遵守するとともに、設備の改善等の必要な措置を講じ、環境の保全に積極的に努めるものとする。

二 少子・高齢化社会等への対応

一般公衆浴場業は、住宅街で営業していることが多いため、地域に密着した業態であるといえる。営業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、浴槽への手すりの設置等のバリアフリー対策に積極的に取り組むことが期待される。

また、営業者は利用者が高齢化することを考慮した従業員の人材教育及び研修に努め、高齢者、障害者、妊産婦等に対して優しい環境の実現のための取組を行うことが必要である。

さらに、一般公衆浴場は子育て経験豊かな高齢者の利用が多いことにより、乳幼児を持つ母親等を対象とした子育て相談の実施等必要な取組に努めることも期

待される。

三 地域との共生

営業者は、地域住民に対して公衆浴場の存在、提供するサービスの内容等をアピールする機会を設けるものとする。例えば、脱衣場を開放し、ミニコンサート、寄席、カラオケ大会等の地域交流の場として提供することや、地域におけるまちづくりへの積極的な参加、地域福祉や地域防犯活動への協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが望まれる。

このため、組合及び連合会においても、地方公共団体等と連携しながら、地域社会において様々な活動を企画し、指導又は援助することができる指導者の養成に積極的に取り組むことにより、営業者を支援することが期待される。

また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色ある取組を支援することが期待される。

◎氷雪販売業の振興指針

〔平成23年3月16日〕
厚生労働省告示第54号

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和三十二年法律第百六十四号）第五十六条の二第一項の規定に基づき、氷雪販売業の振興指針（平成十八年厚生労働省告示第十九号）の全部を次のように改正し、平成二十三年四月一日から適用する。

氷雪販売業の振興指針

氷雪販売業の営業者が、食品衛生法（昭和22年法律第233号）等の衛生規制を遵守しつつ、現下の諸課題に適切に対応することにより、経営の安定・改善を図り、もって国民生活の向上に資するよう、生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（以下「生衛法」という。）第56条の2第1項に基づき、氷雪販売業の振興指針を策定する。

本指針の作成にあたっては、営業者、組合等の前期間での事業実施状況を踏まえ、補助金、融資、税制等の制度やそれらの改革の内容を盛り込み、営業者、組合等が支援制度の活用への理解を深められるよう、実践的・戦略的な指針となるよう改定を行った。

今後、営業者、組合等において本指針が十分に活用されることを期待するとともに、衛生、経済情勢の変化や意

見・要望を反映して、適時・適切に指針を改定するものとする。

第1 冰雪販売業を取り巻く状況

一 冰雪販売業の営業者数の動向

冰雪販売業の許可を受けた施設数は、全国で2,274施設（平成21年度末現在）であり、10年前（平成11年度末）と比較して1,140施設の減となっている。平成18年度から21年度までの新規営業施設数は172施設、廃業施設数は1,436施設数と廃業が新設を上回っている（厚生労働省「衛生行政報告例」による）。

平成19年10月現在の営業者の規模は、従業者数5人未満の零細事業者が71.0%であり、また、経営者の年齢は、60から69歳が35.8%、70歳以上が33.0%と、60歳以上が68.8%となっている。後継者の有無は、36.4%が有り、61.4%が無しと回答している。また、経営上の課題として（複数回答）、60.2%が客数の減少、22.2%が燃料費の上昇を回答している（厚生労働省「生活衛生関係営業経営実態調査」による）。

二 消費動向

家庭用冷蔵庫の普及率については、昭和48年で94.7%となっており、現在ではほぼ100%となっている（内閣府「消費動向調査」による）。また、消費者の節約志向が続いているとの営業者からの回答が多く見られ、販売価格についても競合他社の影響により引き下げを余儀なくされている（株式会社日本政策金融公庫（以下「日本政策金融公庫」という。）「生活衛生関係営業の価格・消費動向調査（平成22年7～9月期）」による）。

平成22年度の夏には、猛暑による需要増により、利用客数が大幅に増大するなど、消費動向の堅調さが伺えたが（日本政策金融公庫「生活衛生関係営業の景気動向等調査（平成22年7～9月期）」による）、季節的要因による特需が顕著に出た事例であって、主要販売先である飲食業の低迷という構造的問題を抱えるなか、依然として厳しい状況にある。

社交業や喫茶店営業においては業務用自動製氷機の導入が進んでおり、「純氷」の品質の宣伝等の営業努力にも関わらず、冰雪販売業への氷の需要が低迷する一因となっている。

三 営業者の考える今後の経営方針

平成19年10月現在で、21.0%が廃業、19.3%が接客サービスの充実、17.0%が価格の見直し、16.5%が経営の多角化、13.6%が広告・宣伝等の強化を回答（複数回答）している（厚生労働省「生活衛生関係営業経営実態調査」による）。

第2 前期の振興計画の実施状況

冰雪販売業については、平成22年4月1日現在で、全国13都府県に生活衛生同業組合（以下「組合」という。）が設置されており、4都府県（東京都、神奈川県、愛知県、大阪府）で、本指針に基づく振興計画が策定されている。

このため、振興計画を策定している組合に加入する営業者は、日本政策金融公庫を通じて、設備資金、運転資金について、特別利率による貸付を受けることができる。

平成18年度から22年度までの5か年の振興計画を策定している各組合が、4か年終了時の平成21年度末に実施した自己評価は表1の通りであるが、各組合の取組みの結果、計画内容の相当程度が達成した状況が見受けられる。

なお、組合が実施する事業の一部については、生衛法に基づく国による助成措置や都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）が行う支援の対象とされるものであるが、平成22年度の行政刷新会議ワーキンググループの事業仕分けにおいて、効果測定が不十分であるとの観点から見直しを求められたことも踏まえ、国による関係の補助金について、政策目的の達成状況が検証可能となるよう事業評価の導入など必要な見直し措置を講じた。

このため、組合において振興計画を策定する際には、成果目標や事業目標を可能な限り明確化し、達成状況の評価を行うことが必要である。

組合においては、振興計画の内容を広く組合員に周知するとともに、組合及び全国冰雪販売業生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）においては、振興指針、振興計画について広報することにより、組合未加入営業者への加入及び、組合未結成の34道府県の営業者への組合結成の勧誘を図ることが期待される。

とりわけ、冰雪販売業は組合結成が13都府県、振興計画の作成が4都府県にとどまるなど、振興指針が制度上活用される営業者の数が極めて限定されたものとなっている。連合会において、組合はあるが振興計画を未作成の9都府県、組合未結成の34道府県の関係者に対し、振興計画の作成、組合結成への働きかけを行うといった取組みが期待される。

第3 冰雪販売業の振興の目標に関する事項

一 冰雪販売業を取り巻く環境

冰雪販売業の営業者は、国民の食生活の充実と日本の食文化の向上に大きな貢献を果たしてきた。一方で、家庭用及び業務用の製氷機の普及が進み、また、スー

パーマーケット等との競合関係もあることから、良質な氷として評価が高く、商品の差別化が可能な純氷商品の提供を推進するとともに、顧客である個々の飲食店等の要望に対応して、丸氷、ダイヤアイス等様々な形態の純氷商品や飲食店等に関連する商品を併せて提供することによって、氷雪販売業の社会的・文化的な機能を守りながら、今後の更なる需要の拡大に向け努力することが期待される。

二 今後5年間（平成23年度から平成27年度末まで）における営業の振興の目標

1 衛生問題への対応

純氷を処理及び加工して販売する営業は、その処理、加工及び流通の過程で細菌等の汚染を受けやすく、食中毒等食品衛生上の問題が起りやすい環境にある。したがって、これらの衛生上の危険を防止し、消費者に対して安全で良質な商品を提供することが責務である。

衛生問題は、一定水準の管理がなされている営業者の場合、頻繁に発生するものではないだけに、発生防止のためにどれだけの必要な費用や手間をかければ十分かについて判断しにくい特質がある。しかし、食中毒等が一旦発生した場合の信用失墜は多大であるため、日頃からの地道な取組みが重要である。また、個々の営業者の問題がそれにとどまらず、業界全体に対する不信心にもつながることがあることから、都道府県の組合及び連合会には、組合員、非組合員双方の各営業者がレベルアップを図られるよう、意識の啓発や適切な指導が求められる。

2 経営方針の決定と消費者・地域社会への貢献

多様化する消費者、とりわけ飲食業の要望に迅速に応えるために、用途に応じた大きさや形状の氷を提供することを目的として、積極的に新商品の開発を行うことが必要である。

また、純氷に対する認知度を高めることを目的として、純氷の上手な利用方法等を紹介するなど、広告及び宣伝を強化することも必要である。さらに、営業者数の減少により、以前と比較して純氷を購入することが困難となっている現状を踏まえ、「身近で気軽に良質の氷が購入できる氷雪販売店」のイメージを広めるために、地域住民等とのコミュニケーションを高め、必要に応じ、おしぼりや備長炭などの関連商品を提供することを通じて、純氷及び氷雪販売店の存在を積極的に宣伝することも営業者に求められる視点である。

特に、主力な顧客であるバー、クラブをはじめと

する飲食店については、開店準備中の店員不在時でも指定された商品を届けるサービスを提供するなど、顧客との強い信頼関係を前提とした商慣習を取っている。こうした適時適切に顧客の必要な大きさ、形状の純氷を届けるサービスを提供できる強みを広報・宣伝することで、氷雪販売業の高級感を定着させることにつながると考えられる。

3 税制及び融資の支援措置

氷雪販売業は、生活衛生関係営業16業種のひとつとして、税制優遇措置及び日本政策金融公庫を通じた低利融資を受ける仕組みがある。

税制については、振興計画を策定している組合が共同利用施設を取得した場合の租税特別措置が設けられており、組合において共同配送用の車輛を購入したり、組合の会館を建て替えたりする際に活用されている。

融資については、対象設備（別表1）及び運転資金について、振興計画を策定している組合の組合員たる営業者が借りの場合、日本政策金融公庫の基準金利よりも低率の融資を受けることができる（別表2）。とりわけ、平成23年度予算案には、各都道府県の組合が作成した振興計画に基づき、一定の会計書類を備えている営業者が所定の事業計画を作成して設備資金及び運転資金を借りの場合、より低い低利融資の仕組みが設けられたところであり、特に設備投資を検討する営業者には、積極的な活用が期待される。

三 関係機関に期待される役割

1 組合・連合会に期待される役割

組合及び連合会は、営業者の直面する衛生問題及び経営課題に対して適切な支援をすることが求められる。具体的には、営業者の必要性に即した事業について、独自の財源や国及び都道府県から受ける生活衛生関係の補助金を活用して実施することが期待される。

個々の事業の実施に際しては、計画期間における成果目標を明確にしたうえで計画、実施し、その成果を適切に評価しつつ事業を展開することが求められる。

また、個々の事業の効果を最大限発揮するため、都道府県指導センター、保健所等行政機関、日本政策金融公庫支店等との連携、調整を行うことが期待される。

2 都道府県指導センター、日本政策金融公庫に期待される役割

上掲の税制、融資、補助金の有効活用については、多くの営業者が経営基盤が脆弱な中小零細事業者であることから、都道府県指導センター、日本政策金融公庫において、営業者へのきめ細かな相談・指導を行うことが期待される。

とりわけ、融資については、審査・決定を行う日本政策金融公庫において営業者が利用しやすい融資の実施及び生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握、分析及び関係団体への情報提供に努めるとともに、日本政策金融公庫と都道府県指導センターが協力して、手続きや計画作成に不慣れな営業者への支援の観点から、きめ細かな融資相談・指導や融資手続きの簡素化を行うことが期待される。上掲の新設の低利融資制度については、各営業者の事業計画作成が前提とされるため、本指針の内容を踏まえ、各営業者の戦略性を引き出す形での指導をすることが求められる。

3 国及び全国生活衛生営業指導センターの役割

国及び全国生活衛生営業指導センター(以下「全国指導センター」という。)においては、都道府県指導センター、日本政策金融公庫などの各関係者が営業者に対する支援を円滑に行えるよう、これらの関係者に対して助言し、制度の改善を図る必要がある。とりわけ、補助金、税制、融資については、営業者の衛生水準の確保、経営の安定に最大限の効果が発揮できるよう、所要の財源を確保するとともに、制度の不断の改善・改革を行う必要がある。また、国及び全国指導センターには、都道府県や連合会と適切に連携を図り、信頼性の高い情報発信や的確な政策ニーズの把握が求められる。

第4 氷雪販売業の振興の目標を達成するために必要な事項

氷雪販売業の目標を達成するために必要な事項としては、下記の多岐にわたる事項が挙げられるが、各営業者においては、衛生水準確保等のために必須の内容と、戦略的経営を推進するために選択する内容との区別を行い、計画的な事業実施を行うことが求められる。

また、組合及び連合会においては、組合員である営業者の活動支援、消費者の氷雪販売業への信頼向上に資する事業を計画的に推進することが求められる。

(以下、下線部は今回の指針において新たに追加した事項である)

一 営業者の取り組み

1 衛生水準の向上に関する事項

(1) 日常の衛生管理に関する事項

- ア 衛生規制の遵守
 - イ 食品衛生に関する専門的な知識の取得
 - ウ 食品衛生管理者の活用
 - エ 加工機器・容器等の衛生管理の改善
 - オ 店舗及び従業員の着衣の清潔確保、手洗い励行
 - カ 店舗の清掃
 - キ 従業員の健康管理
 - ク 商品の衛生的取扱
 - ケ 衛生管理状況の自己点検と結果の店内表示
- (2) 衛生面における施設・設備の改善に関する事項
- ア 定期的かつ適切に自店の施設・設備の衛生面の改善
 - イ 衛生的に純水の処理・加工、必要な設備の整備
- 2 経営課題への対処に関する事項
- (1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項
- ア 自店の立地条件、客層、商品の特色、技術力等の経営上の特質の把握
 - イ ターゲットとする顧客層の特定
 - ウ 重点商品の明確化
 - エ 周辺競合店の情報収集
 - オ 他店とのサービス比較
 - カ 専門店としての独自性の発揮
- (2) サービスの見直し・向上に関する事項
- ア 飲食店等を対象にした長持ちするおいしい純氷についての営業の推進
 - イ 純氷の形状、大きさ、配達時刻等顧客の多様化する要望に応えるための商品の品揃え
 - ウ 価格の改善、消費者への注文配達
 - エ 個性的なサービスと情報の提供
 - オ おしぼり、備長炭等の関連商品を含む新たなサービスの開発及び展開
 - カ 氷の需要が下がる閑散期における関連サービスの提供
- (3) 施設及び設備の改善に関する事項
- ア 定期的な内外装の改装
 - イ 施設、冷凍設備等の衛生面の改善
 - ウ 消費者の安全衛生、従業員の労働安全衛生の観点からの施設、冷凍設備等の整備
 - エ 消費者の要望、省エネルギーの推進、経営の合理化・効率化のための改善
 - オ 賠償責任保険への加入促進
- (4) 後継者確保と経営の健全化

- ア 営業者の自立的問題解決
- イ 後継者への知識伝授を通じた業に対する興味、販売促進意欲の醸成
- ウ 若い人材活用による新たな経営手法の開拓
- エ 事業承継に際しての経営合理化、施設・設備の更新、経営形態の見直しなど経営健全化
- (5) 情報通信技術を利用した顧客獲得・確保
 - ア インターネット等を利用した注文、予約等の実施
 - イ ホームページの開設とプロモーションの実施
 - ウ パソコンを使用した顧客管理情報のデータベース化
 - エ 季節に応じた商品等のダイレクトメール郵送等
 - オ クレジットカード決済、電子決済の導入・普及
- (6) 経営診断の活用
 - 都道府県指導センター等の経営診断の活用
- (7) 個人情報の管理
 - 顧客情報の管理

二 営業者に対する支援に関する事項

1 組合及び連合会による営業者の支援

- (1) 衛生知識・意識向上
 - ア 衛生管理の研修会等の開催
 - イ 衛生管理のパンフレット作成等
 - ウ 衛生管理に関する衛生基準の設定
 - エ ポスター等による消費者広報
- (2) 施設・設備の改善
 - 施設・設備の改善
- (3) 消費者利益の増進・商品の提供方法
 - ア 接客の基本となるマニュアルの作成作成・普及啓発
 - イ 消費者を対象とした純氷に関するパンフレットの作成
 - ウ 苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成
 - エ 消費者に対する地域の氷雪販売業の役割の広報
- (4) 経営管理の合理化・効率化
 - 先駆的経営事例、地域的経営環境条件、氷雪販売業の将来展望に係る情報収集・情報提供
- (5) 営業者・従業者の技能向上
 - 研修会・講習会、定期的開催等教育研修制度の充実強化
- (6) 事業の共同化・協業化

事業の共同化・協業化の企画立案・指導

- (7) 仕入れ方法の工夫、取引関係の改善
 - ア 専用器具についての連合会による受注生産制度の維持
 - イ 冷凍庫及び機器等について業者等との取引条件の改善
 - (8) 従業者の福利充実
 - ア 労働条件の整備
 - イ 健康管理充実のための支援
 - ウ 福利厚生の充実
 - エ 医療保険、年金保険及び労働保険の加入等の啓発
 - オ 共済制度（退職金、生命保険）の整備・強化
 - (9) 事業承継、後継者支援
 - 成功事例等の経営知識の情報提供
- ### 2 行政施策及び政策金融による営業者の支援及び消費者の信頼の向上
- (1) 都道府県指導センター
 - ア 経営改善指導、助言
 - イ 消費者の苦情・要望を営業者に伝達
 - ウ 消費者の信頼向上
 - エ 保健所・都道府県と連携した組合加入促進策
 - オ 後継者育成事業（中高校生を対象とした生活衛生関係営業への理解促進）
 - (2) 全国指導センター
 - ア 経営改善に役立つ情報データの収集・整理・提供
 - イ 苦情マニュアルの作成
 - (3) 国、都道府県
 - 食品衛生に関する監督指導、情報提供
 - (4) 日本政策金融公庫
 - ア 営業者が利用しやすい融資の実施
 - イ 生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握・分析及び情報提供
 - ウ 災害時等における相談窓口の設置

第5 営業の振興に際し配慮すべき事項

氷雪販売業においては、他の生活衛生関係営業事業と同様に、衛生水準の確保と経営の安定の他に、営業者の社会的責任としての環境の保全やリサイクル対策の推進に努めるとともに、時代の要請である少子高齢社会への対応、地域との共生といった課題に对应していくことが要請される。個々の営業者の取り組みが中心になる課題と、関係者が支援することで推進が図られる課題とがある。こうした課題へ適切に対応することを通じて、地域社会に確固たる位置づけを確保す

ることが期待される。

1 環境の保全の推進

(1) 営業者に期待される役割

- ア 設備の改善等必要な措置の実施，環境保全への協力
- イ 騒音等公害防止に関する法令の理解

(2) 組合・連合会に期待される役割

- ア 食品循環資源等の再生利用の仕組みの構築
- イ 業種を超えた組合間での相互協力
- ウ 組合員以外の営業者への参加促進・普及啓発

(3) 日本政策金融公庫に期待される役割

融資による営業者への支援

2 省エネルギーの強化

(1) 営業者に期待される役割

- ア エネルギーの使用に際しての温室効果ガス排出削減に配慮
- イ 配達等に使用する車にクリーンエネルギー自動車（ハイブリッド自動車等）を導入
- ウ 冷凍・冷蔵設備等の機器について，省エネルギー性能の高い機器の導入

(2) 組合・連合会に期待される役割

- ア 地域における食生活の改善の支援
- イ 食品の安全性に関する知識普及の支援

3 少子高齢社会への対応

(1) 営業者に期待される役割

少子化が進み消費者が高齢化することを考慮した従業者への教育及び研修の実施

(2) 日本政策金融公庫に期待される役割

融資による営業者への支援

4 地域との共生

(1) 営業者に期待される役割

- ア 地域における街づくりに参加・共生
- イ 道路交通法等の新たな法令改正への的確な対応

(2) 組合・連合会に期待される役割

- ア 社会活動の企画・指導の指導員育成
- イ 業種を超えた相互協力
- ウ 地域における特色ある取組支援