

IV 振興指針

◎クリーニング業の振興指針

平成26年3月13日
厚生労働省告示第75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21年厚生労働省告示第39号）の全部を次のように改正し、平成26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が、クリーニング業法（昭和25年法律第207号）等の衛生規制に的確に対応しつつ、現下の諸課題にも適切に対応し、経営の安定及び改善を図ることは、国民生活の向上に資するものである。

このため、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。以下「生衛法」という。）第56条の2第1項に基づき、クリーニング業の振興指針を定めてきたところであるが、今般、営業者、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。）等の事業の実施状況等を踏まえ、営業者、組合等の具体的活用を資するよう、実践的かつ戦略的な指針として全部改正を行った。

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、新たな衛生上の課題や経済社会情勢の変化、営業者及び消費者等のニーズを反映して、適時かつ適切に指針を改定するものとする。

第一 クリーニング業を取り巻く状況

一 クリーニング業の事業者の動向

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、家庭用洗濯機及び洗剤の進歩、コインランドリーの普及、形態安定素材を使用した衣料の普及、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との競争の激化など、クリーニング業を取り巻く経営環境は大きく変化している。

クリーニング業の施設数は118,188施設（平成24年度末）であり、10年前と比較して38,924施設の減となっている。従業クリーニング師数は51,190人であり、10年前と比較して14,102人の減となっている（厚生労働省『衛生行政報告例』による）。従業者数5人未満の事業者が70.6%で、経営者の年齢については、60歳から69歳の者の割合が38.0%、70歳以上の者の割合が35.4%となっている（厚生労働省『生活衛生関係営業経営実態調査』による）。

経営上の課題としては（複数回答）、「客数の減少」を最も多くあげており、次に多い問題点としては、「客単価の減少」、「材料費の上昇」、「燃料費の上昇」、「施設・設備の老朽化」等となっている（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

平成24年の1世帯（2人以上の世帯）の洗濯代の支出額は7,372円で前年比91円の増で、平成14年の支出額を100とした場合、平成24年の支出額は68.8となっている（総務省『家計調査報告』による）。

三 営業者の考える今後の経営方針

営業者の考える今後の経営方針としては（複数回答）、「接客サービスの充実」28.6%、「廃業」26.3%、「価格の見直し」15.1%、「広告・宣伝等の強化」12.9%、「専門店化・高級店化」12.0%となっている（厚生労働省『生活衛生関係営業経営実態調査』による）。

第二 前期の振興計画の実施状況

都道府県別に設立されたクリーニング業の組合（平成25年12月末現在で47都道府県で設立）においては、前期のクリーニング業の振興指針（平成21年厚生労働省告示第39号）を踏まえ、振興計画を策定、実施しているところであるが、当該振興計画について、全5カ年のうち4カ年終了時である平成24年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

なお、国による予算措置（補助金）については、政策目的の達成状況の検証及び事業の適切かつ効果的な実施の観点から、「生活衛生関係営業の振興に関する検討会」の下に設けられた「生活衛生関係営業対策事業費補助金審査・評価会」において、審査から評価まで一貫して行う等、必要な見直し措置を講じている。

このため、組合及び生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）等においても、振興計画に基づき事業を実施する際は、成果目標及び事業目標を可能な限り明確化した上で、達成状況についても評価を行う必要がある。

当該振興計画等の実現に向けて、組合及び連合会においては、振興指針、振興計画の内容について広く広報を図り、組合未加入営業者への加入勧誘を図ることが期待されている。

組合への加入、非加入は営業者の任意であるが、生衛法の趣旨、組合の活動内容等を詳しく知らない新規開設者等の営業者がいることも考えられるため、都道府県、保健所設置市への営業の許可申請、届出等の際に、営業者に対して、生衛法の趣旨、関係する組合の内容、所在地、連絡先等について情報提供等の取組の実施が求められる。

表 振興計画の実施状況についての各組合による自己評価

（単位：％）

	事業名	達成	概ね達成	主な事業
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	11%	35%	・衛生管理等に関する講習会の開催 ・衛生管理マニュアルの作成・配布 ・ドライチェッカーの普及

2	施設及び設備の改善に関する事業	0%	17%	・店舗特性を踏まえた改装や設備の導入投資が見られる
3	利用者の利益の増進に関する事業	20%	59%	・講習会の開催 ・消費者意識調査の実施 ・ホームページの開設 ・苦情相談窓口の開設 ・標準営業約款の登録促進
4	経営管理の合理化及び効率化に関する事業	33%	41%	・経営講習会、各種研修会の開催
5	営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事業	22%	48%	・技術講習会の開催 ・ワイシャツ仕上げ競技大会の開催
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	15%	24%	・共同購入の実施 ・共同宣伝の実施
7	取引関係の改善に関する事業	26%	28%	・関係業界等との情報交換会の開催
8	従業者の福祉の充実に関する事業	6%	33%	・共済制度の加入促進 ・定期健康診断の実施
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	22%	50%	・後継者育成支援のための研修会等の開催 ・青年部の育成
10	環境の保全に関する事業	13%	28%	・講習会の開催 ・VOC対策の実施
11	少子・高齢化社会への対応に関する事業	13%	13%	・高齢者住宅向け訪問サービスの研究
12	地域との共生に関する事業	20%	48%	・地域イベントへの参加 ・各種ボランティア事業への協力

第三 クリーニング業の振興の目標に関する事項

一 営業者の直面する課題と地域社会から期待される役割

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。こうした重要な役割をクリーニング業が引き続き担い、国民生活の向上に貢献できるよう、経営環境や国民のニーズ、衛生課題に適切に対応しつつ、各々の営業者の経営戦略に基づき、その特性を活かし、事業の安定と活力ある発展を図ることが求められる。

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は多いため、事故等の防止のための取組みを推進し、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、ドライクリーニング溶剤等の化学物質に対する環境規制の強化も踏まえ、臭気、騒音等のクリーニング所の環境面での配慮、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。また、住居地域等において引火性溶剤を用いるクリーニング所については建築基準法(昭和25年法律第201号)への対応が求められている。

あわせて、高齢者や障害者等のニーズに的確に即応することで、クリーニング業の営業者の地域住民が日常生活を送るために必要なセーフティーネットとしての役割や地域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。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、従業者等への育児支援等も課題となっている。

I S Oへの整合化を図るための繊維製品の取扱いに関するJ I S表示の見直しの動向に、適切に対応していく必要がある。

各営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、技術及びサービスの向上、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、各般の安全安心対策に積極的に取り組むことにより、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。

二 今後5年間(平成26年度から平成30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

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。

衛生課題は、営業者の地道な取組が中心となる課題と、新型インフルエンザへの対応のように、営業者にとどまらず、保健所等衛生関係機関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。)等との連携を密にして対応すべき課題とに大別される。

衛生問題は、営業者が一定水準の衛生管理を行っている場合、通常、発生するものではないため、発生防止に必要な費用及び手間について判断しにくい特質がある。しかし、一旦、衛生上の問題が発生した場合には、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ことから、日頃からの地道な衛生管理の取組が重要である。また、こうした衛生問題は、個々の営業者の問題にとどまらず、業界全体に対する信頼を損ねることにもつながることから、組合及び連合会には、組合員、非組合員双方の営業者が自覚と責任感を持ち、衛生水準の向上が図られるよう、継続的に知識及び意識向上に資する普及啓発や適切な指導及び支援に努めることが求められる。

とりわけ、零細な営業者は重要な公衆衛生情報の把握が困難となる場合が考えられるため、これら営業者に対する組合加入の促進や公衆衛生情報の提供が円滑に行われることが期待される。

さらに、クリーニング師研修については、営業者のニーズを踏まえ、研修内容の充実や受講しやすい環境を図りながら、受講率の向上に向けた取組をさらに進めていく必要がある。

2 経営方針の決定と消費者・地域社会への貢献

家庭用洗濯機及び洗剤の進歩、コインランドリーの普及、形態安定素材を使用した衣料の普及等により利用者の家計支出に占めるクリーニングに関する支出も減少している。また、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とともに、原材料価格が高騰するなど、営業者を取り巻く経営環境は厳しいものとなっている。

こうした中で、営業者は、消費者のニーズや世帯動向等を的確に把握し、専門性や地域密着、対面販売等の特性を活かし、競争軸となる強みを見出し、独自性を十分に発揮し、経営展開を行っていくことが求められる。

特に、利用者のニーズも高度化する中で、専門性や技術力を活かして、利用者の立場に立って付加価値を高めるとともに、仕上げ等のサービスの質やこれに対応した価格に関する認知度を高め、サービスの違いを明確に打ち出すことによって、差別化を図り、顧客を増やしていくことが重要である。

また、衣類の素材が多様化する中で、衣類等の保全に係る総合的なサービス業として、地域の衣類に関する情報ステーションとしての役割を担い、衣類以外の洗濯物の取扱いや保管サービスなどサービスの多様化を図ることも重要である。

安定した経営のためには、組合等が推進する共同事業やマシン・リング方式の活用による経営の効率化に努めることも重要である。

さらに、消費者の苦情や事故を防ぐために、受付を行う従業者の知識や説明の水準の向上、事故が生じた後の苦情処理の適正化、責任賠償保険への加入促進に業界をあげて取り組んでいくことが期待される。

他方、人口減少、少子高齢化及び過疎化の進展は、営業者の経営環境を厳しくする一方、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そのものを弱体化させる側面があることから、高齢者や障害者、子育て・共働き世帯等が身近な買い物に不便・不安を感じさせる、いわゆる「買い物弱者」の問題を顕在化させる。地域に身近な営業者の存在は、買い物弱者になりがちな高齢者等から頼られる位置づけを確立し、中長期的な経営基盤の強化につながることを期待される。

特に、高齢化が進展する中で、来店することが困難な高齢者が増加していくことが予想されることから、これらの者に対する集配サービスを推進していくことが期待される。こうしたシニア層向けのサービスの提供は、単に売上げを伸ばすだけでなく、地域社会が抱える問題の課題解決や地域経済の活性化にも貢献するものであり、これら取組を通じた経営基盤の強化により、大手資本によるチェーン店との差別化にもつながるものと期待できる。

3 税制及び融資の支援措置

クリーニング業の組合又は組合員には、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。

税制措置については、組合が共同利用施設を取得した場合の特別償却制度が設けられており、組合において共同配送用車輜及び共同蓄電設備の購入時や組合の会館を建て替える際に活用することができる。

融資については、対象設備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（営業者）が借りた場合に、対象設備については、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。また、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（振興事業促進支援融資制度）が設けられており、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 組合及び連合会に期待される役割

組合及び連合会には、独自の財源や国から受ける生活衛生関係営業対策事業費補助金を活用して、営業者の直面する衛生問題及び経営課題に対する適切な支援事業を実施することが期待される。

事業の実施に際しては、有効性及び効率性（費用対効果）の観点から、計画期間に得られる成果目標を明確にしながら事業の企画立案・実施を行い、得られた成果については適切に効果測定する等、事業の適切かつ効果的な実施に努めることが求められる。

また、事業効果を最大限発揮し事業成果を広く国民や社会に還元できるよう、都道府県指導センター、保健所等衛生関係機関、日本政策金融公庫支店等との連携及び調整を行うことが期待される。

2 都道府県指導センター及び日本政策金融公庫に期待される役割

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に鑑み、都道府県指導センター及び日本政策金融公庫において、営業者へのきめ細かな相談・指導その他必要な支援を行うなどし、予算措置（補助金）、金融措置（融資）、税制措置等の有効的な活用を図ることが期待される。

とりわけ、金融措置（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、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握及び分析に努め、関係団体に情報提供するとともに、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、融資に係るきめ細かな相談及び融資手続きの簡素化を行うことが期待される。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ことから、本指針の内容を踏まえ、営業者の戦略性を引き出す形での指導を行うことが求められる。

3 国及び公益財団法人全国生活衛生営業指導センターに期待される役割

国及び公益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。）は、公衆衛生の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、都道府県及び連合会と適切に連携を図り、信頼性の高い情報の発信、的確な政策ニーズの把握等を行う必要がある。また、予算措置（補助金）、金融措置（融資）、税制措置を中心とする政策支援措置については、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、安定的に所要の措置を講じると

もに、制度の活性化に向けた不断の改革の取組が必要である。

また、全国指導センターにおいては、地域で孤立する小規模業者のほか、大規模チェーン店に対しても、組合加入の働きかけや公衆衛生情報の提供機能の強化を行うため、関係の組合及び連合会との連携を促すための取組が求められる。

第四 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

クリーニング業の目標を達成するために必要な事項としては、次に掲げるように多岐にわたるが、業者においては、衛生水準の向上のために必須で取り組むべき事項と、戦略的経営を推進するために選択的に取り組むべき事項の区別を行うことで、課題解決と継続的な成長を可能にし、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、組合及び連合会においては、組合員である業者等に対する指導・支援、消費者のクリーニング業への信頼向上に資する事業の計画的な推進が求められる。

このために必要となる具体的取組としては、次に掲げるとおりである。

一 業者の取組

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

近年のセレウス菌、ノロウィ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。

(2) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

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。

2 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、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サービスを提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、業者においては、経営改革に積極的に取り組むことが期待される。特に、家族経営等の小規模店は、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い面があるが、経営意識の改革を図り、以下の事項を選択的に取り組んでいくことが期待される。

(1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

現在置かれている経営環境や市場を十分に把握、分析し、専門性や技術力、立地条件等の特性を踏まえ、強みを見出し、経営方針を明確化し、自店の付加価値や独自性を高めていくとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

ア 自店の立地条件、顧客層、資本金、経営能力、技術力等の経営上の特質の把握

イ 周辺競合店に関する情報収集と比較

ウ ターゲットとする顧客層の特定

エ 重点サービスの明確化

オ 店のコンセプトの明確化

カ 経営手法、熟練技能、専門的知識の習得・伝承や後継者の育成

キ 若手人材の活用による経営手法の開拓

ク 共同仕入れや共同配送等の共同事業の推進

ケ 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の積極的活用

(2) サービスの見直し及び向上に関する事項

多様化する消費者のニーズやライフスタイル、世帯構造の変化に適確に対応し、消費者が安心して利用できるよう、サービスや店づくりの充実や情報提供の推進に努め、消費者の満足度を向上させることが重要であることから、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

ア 「技術」と「こだわり」による独自サービスの提供

イ 仕上がりの高い体験のためのお試しサービス

ウ 特殊なシミ抜き、丁寧な仕上げ等のサービスの見直し

エ 抗菌・UV加工等付加価値加工

オ 和服のクリーニング

カ 衣類以外のクリーニングサービスの提供

キ 季節外衣料の有料保管の実施

ク リフォーム

ケ 集配サービス

コ 衣料の特徴に合った洗濯・保管に関する知識の消費者への情報提供

サ マニュアルを超えた「おもてなしの心(気配り・目配り・心配り)」による温もりのあるサービスの提供

シ 顧客との信頼関係の構築

ス 立地条件及び経営方針に照らした営業日及び営業時間の見直し

(3) 施設及び設備の改善に関する事項

業者は、施設及び設備の改善のため、以下の事項に取り組むことが期待される。

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醸成

- ウ 高齢者、障害者等に配慮したバリアフリー対策の実施
- エ サービスの高付加価値化、生産性の向上
- オ 従業員の安全衛生の確保、労働条件の改善
- カ 環境保全の推進
- キ 節電・省エネルギーの推進
- ク 建築基準法への対応

(4) 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、情報セキュリティの管理に留意しつつ、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用する等、以下の事項に選択的に取り組むことが期待される。

- ア インターネット等の活用による割引サービスの実施、異業種との提携
- イ ホームページの開設等、積極的な情報発信によるプロモーションの促進
- ウ 顧客情報のデータベース化等による適切な管理
- エ ダイレクトメールの郵送や広報チラシの配布
- オ クレジットカード決済、電子決済、クリーニングギフト券の導入・普及

(5) 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、全国指導センター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。

さらに、クリーニング師研修及び業務従事者講習の修了の店頭表示に努めるものとする。

クリーニング業は、受託した衣料の破損、仕上がりにへの不満等事故や苦情が生じやすい業態である。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、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。

(6) 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

1 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、営業者の自立的な経営改革を支援する都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げる事項を中心に積極的な支援に努めることが期待される。

(1) 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、営業者及びブ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。

(2) 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営マネジメントの合理化及び効率化、消費者の利益の増進、建築基準法への対応等に資するための、施設及び設備の改善に関する指導、助言、情報提供等、必要な支援に努めること。

(3) 消費者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、クリーニング物の誤配防止のための取組の推進に努めるものとする。

また、時代の変化を踏まえた「クリーニング事故賠償基準」の見直しを適宜行うとともに、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。

(4) 経営マネジメント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。

(5) 営業者及び従業員の技能の向上に関する事項

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及び受講促進に努めるものとする。

(6) 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

でクリーニング工場の共同化、自店では特定の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、公害防止用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。

- (7) 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の確保に努めるものとする。
 - (8) 従業員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を努めるものとする。
 - (9) 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を図るために必要な支援に努めること。
- 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

組合との連携を密にして、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。

 - ア 営業者に対する経営改善の具体的指導、助言等の支援
 - イ 消費者からの苦情及び要望の営業者への伝達
 - ウ 消費者の信頼の向上に向けた積極的な取組
 - エ 都道府県(保健所)と連携した組合加入促進に向けた取組
 - (2) 全国指導センター

都道府県指導センターの取組を推進するため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。

 - ア 営業者の経営改革の取り組みに役立つ情報の収集・整理・情報提供
 - イ 危機管理マニュアルの作成
 - ウ 苦情処理マニュアルの作成
 - エ 標準営業約款の登録の促進
 - オ クリーニング師研修及び従事者講習の充実、受講しやすい環境の整備
 - カ 効果測定の実施及び政策提言機能の強化
 - キ 公衆衛生情報の提供機能の強化
 - (3) 国及び都道府県

クリーニング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、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。

 - ア クリーニング業法等関係法令の施行業務等を通じたクリーニング師研修及び従事者講習の実施、研修内容の充実、受講しやすい環境の整備、指導監督
 - イ 安全衛生に関する情報提供その他必要な支援
 - (4) 日本政策金融公庫

営業者の円滑な事業実施に資するため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。

 - 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 災害時等における速やかな相談窓口の設置

第五 営業の振興に際し配慮すべき事項

クリーニング業においては、他の生活衛生関係営業と同様に、衛生水準の確保と経営の安定のみならず、営業者の社会的責任として環境の保全や省エネルギーの強化、リサイクル対策の推進に努めるとともに、時代の要請である人口減少・高齢化等への対応、地域との共生、東日本大震災への対応といった課題に当たることが要請される。個々の営業者の取組が中心となる課題と、関係者が営業者を支援することで推進が図られる課題とがある。こうした課題に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。

一 環境の保全及び省エネルギーの強化、リサイクル対策の推進

- 1 営業者に期待される役割
 - (1) 公害防止用設備の導入、産業廃棄物の適正処理
 - (2) 省エネルギー対応のボイラー機器、空調設備、太陽光発電設備、低公害(ハイブリッド)車、電気自動車等の導入
 - (3) 節電に資するLED照明、蓄電設備等の導入
 - (4) 温室効果ガス排出の抑制
 - (5) ハンガー、ポリ包装資材等の3R(廃棄物の発生抑制、再使用及び再資源化)の推進
- 2 組合及び連合会に期待される役割
 - (1) 公害防止、省エネルギー、リサイクルの各取組方法の構築・普及啓発
 - (2) 業種を超えた組合間で相互に協力
- 3 日本政策金融公庫に期待される役割

融資の実施等による営業者の支援

二 少子・高齢化社会等への対応

1 営業者に期待される役割

営業者は、高齢者や障害者、子育て・共働き世帯が住み慣れた地域社会で安心かつ充実した日常生活を営むことができるよう、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。

- (1) バリアフリー対策の積極的な取組
- (2) 集荷・配達サービスの実施
- (3) 身体障害者補助犬を同伴する身体障害者等への適切な対応
- (4) 従業員に対する教育及び研修の充実・強化
- (5) 従業員の育児支援
- (6) 地域社会とのつながりを強化する観点も含めた地域の高齢者・障害者等の積極的雇用の推進

2 組合及び連合会に期待される役割

高齢者、障害者等の利便性を考慮した店舗設計やサービス提供に係る研究の実施

3 日本政策金融公庫に期待される役割

融資の実施等による営業者の支援

三 地域との共生（地域コミュニティの再生及び強化（商店街の活性化））

1 営業者に期待される役割

営業者は、地域住民に対してクリーニング業の存在、提供する商品やサービス内容及び営業の社会的役割・意義をアピールするとともに、地域で増加する生活弱者（高齢者、障害者、子育て・共働き世帯）の新たなニーズに対応し、地域のセーフティネットとしての役割や地域コミュニティの基盤である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るよう、以下に掲げる事項を中心に積極的に取り組むことで、地域コミュニティの再生・強化や商店街の活性化につなげること。

(1) 地域の街づくりへの積極的な参加

ア 祭りや商店街による手作りイベント等共同事業の立案及び参加

イ 商店街の活性化を通じた地域生活者の「ふれあい」、「憩い」、「賑わい」の創出

- (2) 「賑わい」、「つながり」を通じた豊かな人間関係（ソーシャル・キャピタル）の形成
- (3) 商店街の空き店舗の有効的活用（子育て支援施設、高齢者交流サロン、地域ブランド品販売等へ利用）
- (4) 共同ポイントサービス事業、スタンプ事業の実施
- (5) 地域の防犯、消防、防災、交通安全、環境保護活動の推進に対する協力
- (6) 災害対応能力及び危機管理能力の維持向上

2 組合及び連合会に期待される役割

- (1) 地域の自治体等と連携し、社会活動の企画、指導・援助ができる指導者を育成
- (2) 業種を超えた相互協力の推進
- (3) 地域における特色ある取組の支援
- (4) 自治会、町内会、地区協議会、NPO、大学等との連携活動の推進
- (5) 商店街役員へのクリーニング業の若手経営者の登用

四 東日本大震災への対応

東日本大震災は未曾有の国難であり、被災地域における営業再開及び被災営業者の生活の再建と活力ある地域の再生のため、総力を挙げて、東日本大震災からの復旧、将来を見据えた復興への取組を進めていくこと。

1 営業者に期待される役割

- (1) 被災営業者のみならず営業者全体による相互扶助と連携の下での役割発揮
- (2) 被災営業者の営業再開を通じた被災者へのサービスの充実や地域コミュニティの復元
- (3) 節電・省エネへの適切な対応

2 組合及び連合会に期待される役割

- (1) 同業者による支え合い（太い「絆」で再強化）
- (2) 節電啓発や節電行動に対する支援
- (3) 節電に資する共同利用施設（共同蓄電設備等）の設置

3 国及び都道府県

東日本大震災を乗り越えて復興を実現し、被災地域のコミュニティの維持回復を図るため、被災営業者及び被災組合の意向等を踏まえつつ、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。

- (1) 被災営業者の営業再開のための施策
- (2) 東日本大震災を教訓とした緊急に実施する必要性が高く、即効性の高い防災、減災等の施策

4 日本政策金融公庫に期待される役割

被災営業者に対するきめ細やかな相談・支援を通じた低利融資等の実施

◎飲食店営業（すし店）の振興指針

平成26年3月13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(すし店)の振興指針(平成21年厚生労働省告示第41号)の全部を次のように改正し、平成26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。)の営業者が、食品衛生法(昭和22年法律第233号)等の衛生規制に的確に対応しつつ、現下の諸課題にも適切に対応し、経営の安定及び改善を図ることは、国民生活の向上に資するものである。

このため、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。以下「生衛法」という。)第56条の2第1項に基づき、飲食店営業(すし店)の振興指針を定めてきたところであるが、今般、営業者、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。)等の事業の実施状況等を踏まえ、営業者、組合等の具体的活用を資するよう、実践的かつ戦略的な指針として全部改正を行った。

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、新たな衛生上の課題や経済社会情勢の変化、営業者及び消費者等のニーズを反映して、適時かつ適切に指針を改定するものとする。

第一 すし店営業を取り巻く状況

一 すし店営業の事業者の動向

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、消費者の食生活の多様化及び嗜好の変化、法人等の交際費による需要の減少、原材料の価格上昇、「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。

すし店営業の平成24年の事業所数は25,536、従業者数は241,342人、企業数は20,683、売上(収入)金額は976,515百万円(総務省・経済産業省『平成24年経済センサス活動調査』による)、平成21年と比較して、事業所数は3,329の減、従業者数は7,646の減となっている(総務省『平成21年経済センサス基礎調査』による)。また、従業者数5人未満の事業者は57.1%で、経営者の年齢については、60歳から69歳の者の割合が36.9%、70歳以上の者の割合が18.9%となっている(厚生労働省『生活衛生関係営業経営実態調査』による)。

経営上の課題としては(複数回答)、「客数の減少」を最も多くあげており、次に多い問題点としては、「客単価の減少」、「材料費の上昇」、「施設・設備の老朽化」、「光熱費の上昇」等となっている(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

平成24年の1世帯(2人以上の世帯)のすし(外食)の支出額は13,094円で、前年比132円の増で、平成14年の支出額を100とした場合、平成24年の支出額は81.2となっている(総務省『家計調査報告』による)。

また、平成24年のすし店の市場規模は12,753億円で、前年比94億円減で、平成14年の市場規模を100とした場合、平成24年の市場規模は93.7となっている(公益財団法人食の安全・安心財団附属機関外食産業総合調査研究センター『平成24年外食産業市場規模推計』による)。

三 営業者の考える今後の経営方針

営業者の考える今後の経営方針としては(複数回答)、「食事メニューの工夫」44.2%、「接客サービスの充実」38.3%、「広告・宣伝等の強化」19.9%、「価格の見直し」17.3%となっている(厚生労働省『生活衛生関係営業経営実態調査』による)。

第二 前期の振興計画の実施状況

都道府県別に設立されたすし店営業の組合(平成25年12月末現在で43都道府県で設立)においては、前期の飲食店営業(すし店)の振興指針(平成21年厚生労働省告示第41号)を踏まえ、振興計画を策定、実施しているところであるが、当該振興計画について、全5カ年のうち4カ年終了時である平成24年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

なお、国による予算措置(補助金)については、政策目的の達成状況の検証及び事業の適切かつ効果的な実施の観点から、「生活衛生関係営業の振興に関する検討会」の下に設けられた「生活衛生関係営業対策事業費補助金審査・評価会」において、審査から評価まで一貫して行う等、必要な見直し措置を講じている。

このため、組合及び生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)等においても、振興計画に基づき事業を実施する際は、成果目標及び事業目標を可能な限り明確化した上で、達成状況についても評価を行う必要がある。

当該振興計画等の実現に向けて、組合及び連合会においては、振興指針、振興計画の内容について広く広報を図り、組合未加入営業者への加入勧誘及び組合未結成地域の営業者への組合結成の支援を図ることが期待されている。

組合への加入、非加入は営業者の任意であるが、生衛法の趣旨、組合の活動内容等を詳しく知らない新規開設者等の営業者がいることも考えられるため、都道府県、保健所設置市への営業の許可申請、届出等の際に、営業者に対して、生衛法の趣旨、関係する組合の内容、所在地、連絡先等について情報提供等の取組の実施が求められる。

表 振興計画の実施状況についての各組合による自己評価

(単位：%)

	事業名	達成	概ね達成	主な事業
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	39%	39%	・食品衛生等に関する講習会の開催 ・自主点検の実施 ・パンフレット・情報誌による情報提供
2	施設及び設備の改善に関する事業	12%	17%	・店舗特性を踏まえた改装や設備の導入投資が見られる
3	消費者の利益の増進に関する事業	42%	39%	・小冊子配布 ・店頭キャンペーンの実施 ・賠償責任保険への加入促進 ・講習会の開催
4	経営管理の合理化及び効率化に関する事業	20%	41%	・経営講習会、各種研修会の開催 ・経営に関する相談・指導
5	営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事業	27%	34%	・技術講習会の開催 ・技術コンテストの開催 ・調理師試験受験促進
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	24%	54%	・共同購入の実施 ・すし券の発行
7	取引関係の改善に関する事業	44%	37%	・関係業界等との情報交換会の開催
8	従業員の福祉の充実に関する事業	17%	49%	・共済制度の加入促進 ・優良従業員の表彰 ・定期健康診断の実施
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	22%	39%	・後継者育成支援のための研修会等の開催 ・青年部の活動支援
10	食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事業	39%	39%	・機関誌等による情報提供 ・講習会の開催
11	環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進に関する事業	12%	29%	・マイ箸キャンペーンの実施 ・食品循環資源の再生利用に関する情報提供
12	省エネルギーの強化に関する事業	17%	32%	・省エネ機器の導入
13	少子・高齢化社会への対応に関する事業	10%	37%	・子ども・高齢者向けメニューの作成
14	食育への対応に関する事業	32%	29%	・食育に関する講習会の開催
15	禁煙等に関する事業	19%	32%	・研修会・講習会の開催 ・店舗改装の実施
16	地域との共生に関する事業	37%	39%	・地域イベントへの参加 ・ポスター等の作成・配布

第三 すし店営業の振興の目標に関する事項

一 営業者の直面する課題と地域社会から期待される役割

すし店営業の営業者は、伝統的日本食文化の担い手として、国民生活に欠かせない位置を占めており、食生活の充実や交友・団らん、お祝い等の場の提供など大きな役割を果たしてきた。こうした重要な役割をすし店営業が引き続き担い、国民生活の向上に貢献できるよう、経営課題や国民のニーズ、衛生課題に適切に対応しつつ、各々の営業者の経営戦略に基づき、その特性を活かし、事業の安定と活力ある発展を遂げることが求められる。

また、買い物弱者になり易いことが危惧される高齢者や障害者、子育て・ひとり暮らし、共働き世帯等のニーズに的確に即応することで、すし店営業の営業者の地域住民が日常生活を送るために必要なセーフティネットとしての役割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。

さらには、国際的にすしの人気が高まる中、「和食；日本人の伝統的な食文化」が国連教育科学文化機関（ユネスコ）の無形文化遺産に登録が決まったところであり、国際化に対応し、今後はさらに海外での事業展開や外国人観光客の増加につなげていくことが期待される。

一方で、ホテル、旅館、レストランにおける食品表示の不正事案が大きな社会問題となったところであり、すし店営業においても、景品表示法等の関係法令を遵守し、表示の適正化を推進し、消費者に対して納得と安心感を提供していくことが求められる。

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、人材育成を図ることが極めて重要であるが、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、職人の育成が重要な課題である。

二 今後5年間（平成26年度から平成30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、食中毒等の食品衛生上の問題防止のような営業者の地道な取組が中心となる課題と、新型インフルエンザ、不正表示への対応のように、営業者にとどまらず、保健所等衛生関係機関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。）等との連携を密にして対応すべき課題とに大別される。

衛生問題は、営業者が一定水準の衛生管理を行っている場合、通常、発生するものではないため、発生防止に必要な費用及び手間について判断しにくい特質がある。しかし、一旦、処理、調製、加工、流通等の過程において細菌等の汚

染により食中毒等の食品衛生上の問題が発生した場合には、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ことから、日頃からの地道な衛生管理の取組が重要である。

特に、すし店営業の場合、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こ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。

さらに、食の安全性、信頼性に対する国民の関心が高まる中、産地、種類等品質に関する情報を、消費者に対し正確に提供し、消費者の納得や安心感を得ていく必要がある。

こうした衛生問題は、個々の営業者の問題にとどまらず、業界全体に対する信頼を損ねることにもつながることから、組合及び連合会には、組合員、非組合員双方の営業者が食品の安全性の確保に関する自覚と責任感を持ち、衛生水準の向上が図られるよう、継続的に知識及び意識向上に資する普及啓発や適切な指導及び支援に努めることが求められる。

とりわけ、零細な営業者は重要な公衆衛生情報の把握が困難となる場合が考えられるため、これら営業者に対する組合加入の促進や公衆衛生情報の提供が円滑に行われることが期待される。

2 経営方針の決定と消費者・地域社会への貢献

すし店営業といえば、高級で、単価が高いといった印象や、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。また、原材料価格の高騰やスーパーやコンビニエンスストア等でもすしが広く販売されるなど、専門店の営業者を取り巻く経営環境は厳しい。

こうした中で、営業者は、消費者のニーズや世帯動向等を的確に把握し、専門性や地域密着、対面販売等の特性を活かし、競争軸となる強みを見出し、独自性を十分に発揮し、経営展開を行っていくことが求められる。

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ていく必要がある。特に、料金についても総額表示にすることが必要であり、「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。

さらに、多様化する消費者のニーズを的確にとらえ、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。例えば、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、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。

また、熟練の職人による技術や創意工夫を活かした看板メニューの提供など、専門店としての独自性を発揮し、付加価値を高め、差別化を図っていくことが重要である。

さらに、すしの国際化を踏まえ、すし文化の普及や外国語表記など外国人が入りやすい店づくりも重要な課題である。

他方、人口減少・少子高齢化及び過疎化の進展は、営業者の経営環境を厳しくする一方、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そのものを弱体化させる側面があることから、高齢者や障害者、子育て・共働き世帯等が身近な買い物に不便・不安を感じさせる、いわゆる「買い物弱者」の問題を顕在化させる。地域に身近なすし店営業の営業者には、買い物弱者になりがちな高齢者等から頼られる位置づけを確立し、中長期的な経営基盤の強化につながることを期待される。

高齢化の進展は、シニア層向けのサービス需要の拡がりにもつながることから、専門性や独自のこだわり等の特性を活かしながら、地域密着で高齢者世帯のニーズにきめ細かに応じた商品やサービスの提供を積極的に行っていくことが求められる。

こうした新たな買い物機能やシニア層向けの商品やサービスの開発・提供は、単に売上げを伸ばすだけでなく、地域社会が抱える問題の課題解決や地域経済の活性化にも貢献するものであり、これら取組を通じた経営基盤の強化により、大手資本によるチェーン店との差別化にもつながるものと期待できる。

3 税制及び融資の支援措置

すし店営業の組合又は組合員には、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。

税制措置については、組合が共同利用施設を取得した場合の特別償却制度が設けられており、組合において共同配送用車輛及び共同蓄電設備の購入時や組合の会館を建て替える際に活用することができる。

融資については、対象設備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（営業者）が借りた場合に、対象設備については、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。また、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（振興事業促進支援融資制度）が設けられており、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 組合及び連合会に期待される役割

組合及び連合会には、独自の財源や国から受ける生活衛生関係営業対策事業費補助金を活用して、営業者の直面する衛生問題及び経営課題に対する適切な支援事業を実施することが期待される。

事業の実施に際しては、有効性及び効率性（費用対効果）の観点から、計画期間に得られる成果目標を明確にしながら事業の企画立案・実施を行い、得られた成果については適切に効果測定する等、事業の適切かつ効果的な実施に努めることが求められる。

また、事業効果を最大限発揮し事業成果を広く国民や社会に還元できるように、都道府県指導センター、保健所等衛生

関係機関、日本政策金融公庫支店等との連携及び調整を行うことが期待される。

2 都道府県指導センター及び日本政策金融公庫に期待される役割

多くの事業者が経営基盤が脆弱な中小零細事業者であることに鑑み、都道府県指導センター及び日本政策金融公庫において、事業者へのきめ細かな相談・指導その他必要な支援を行うなどし、予算措置（補助金）、金融措置（融資）、税制措置等の有効的な活用を図ることが期待される。

とりわけ、金融措置（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事業者が利用しやすい融資の実施、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握及び分析に努め、関係団体に情報提供するとともに、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事業者への支援の観点から、融資に係るきめ細かな相談及び融資手続きの簡素化を行うことが期待される。低利融資制度については、各事業者の事業計画作成が前提とされることから、本指針の内容を踏まえ、事業者の戦略性を引き出す形での指導を行うことが求められる。

3 国及び公益財団法人全国生活衛生営業指導センターに期待される役割

国及び公益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。）は、公衆衛生の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、都道府県及び連合会と適切に連携を図り、信頼性の高い情報の発信、的確な政策ニーズの把握等を行う必要がある。また、予算措置（補助金）、金融措置（融資）、税制措置を中心とする政策支援措置については、事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、安定的に所要の措置を講じるとともに、制度の活性化に向けた不断の改革の取組が必要である。

また、全国指導センターにおいては、地域で孤立する小規模事業者のほか、大規模チェーン店に対しても、組合加入の働きかけや公衆衛生情報の提供機能の強化を行うため、関係の組合及び連合会との連携を促すための取組が求められる。

第四 すし店営業の振興の目標を達成するために必要な事項

すし店営業の目標を達成するために必要な事項としては、次に掲げるように多岐にわたるが、事業者においては、衛生水準の向上等のために必須で取り組むべき事項と、戦略的経営を推進するために選択的に取り組むべき事項の区別を行うことで、課題解決と継続的な成長を可能にし、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、組合及び連合会においては、組合員である事業者等に対する指導・支援、消費者のすし店営業への信頼向上に資する事業の計画的な推進が求められる。

このために必要となる具体的取組としては、次に掲げるとおりである。

一 事業者の取組

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

事業者は、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、事業者は、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、事業者は、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。

(2) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

事業者は、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。

2 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、事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、国民の食生活の向上に貢献する観点から、事業者においては、次に掲げる事項を念頭に置き、経営改革に積極的に取り組むことが期待される。特に、家族経営等の小規模店は、事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、経営改革に取り組むことが重要であることから、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

(1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

現在置かれている経営環境や市場を十分に把握、分析し、専門性や技術力、地域密着、対面接客等の特性を踏まえ、強みを見出し、経営方針を明確化し、自店の付加価値や独自性を高めていくとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

ア 自店の立地条件、顧客層、資本金、経営能力、技術力等の経営上の特質の把握

イ 周辺競合店に関する情報収集と比較

ウ ターゲットとする顧客層の特定

エ 重点商品の明確化

オ 店のコンセプトの明確化

カ 売上状況の把握とそれを踏まえた仕入れの管理

キ 経営手法、熟練技能、専門的知識の習得・伝承や後継者の育成

ク 若手人材の活用による経営手法の開拓

ケ 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の積極的活用

(2) サービスの見直し及び向上に関する事項

消費者のニーズやライフスタイル、世帯構造の変化、国民の食の安全への意識の高まりや健康志向に的確に対応し、消費者が安心して利用できるよう、商品・サービスや店づくりの充実や情報提供の推進に努め、消費者の満足度を向上させることが重要であることから、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

ア サービスの充実

- ①従業員等の教育・研修の徹底
- ②「手間」と「こだわり」による独自サービスの提供
- ③マニュアルを超えた「おもてなしの心（気配り・目配り・心配り）」による温もりのあるサービスの提供
- ④消費者との信頼関係の構築
- ⑤専門性を高めた高付加価値の提供
- ⑥看板商品へのこだわり（高い商品力・価値訴求）
- ⑦すしに関する情報提供
- ⑧優秀な人材の獲得、若手従業員の育成・指導、資質向上
- ⑨魅力ある職場づくり（人と人の心のチームワーク）

イ 消費者の食の安全の高まりや健康志向等に対応した取組

- ①食材の原産地表示等への積極的な取組
- ②食物アレルギー物質の有無の表示
- ③総カロリー表示、塩分量表示等の推進
- ④健康志向に対応したメニューの提供
- ⑤外国語表示の推進

ウ 消費者のニーズやライフスタイルの変化等に対応した店づくり

- ①清潔で入りやすい店内の雰囲気作り
- ②わかりやすい価格表示
- ③生鮮魚介類以外の食材を使用したメニューの提供
- ④地産地消の食材を使用したメニューの提供
- ⑤四季折々の季節の行事に合わせたすしの提供
- ⑥昼食時のメニューの提供
- ⑦食材を盛りつける器についての店の特色を表す工夫
- ⑧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
- ⑨平日の昼の時間帯での宴会の受入れ
- ⑩一人で気軽に入れる「場」の提供
- ⑪シニア層が気軽に集える「場」の提供
- ⑫出前サービスの強化

(3) 施設及び設備の改善に関する事項

事業者は、鮮度管理の求められる食品を提供する営業施設であることを十分認識するとともに、近年の省エネ・節電の要請にも応じ、施設及び設備の改善のため、具体的には、以下の事項に取り組むことが期待される。

- ア 安全で衛生的な施設となるような定期的な内外装の改装
- イ 各店舗の特性を踏まえて伝統を重んじた清潔な雰囲気の醸成
- ウ 高齢者、障害者等に配慮したバリアフリー対策の実施
- エ 節電・省エネルギーの推進
- オ 経営の合理化・効率化のための改善
- カ 受動喫煙の防止

(4) 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

事業者は、情報セキュリティの管理に留意しつつ、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用する等、以下の事項に選択的に取り組むことが期待される。

- ア ホームページの開設等による積極的な情報発信
- イ 顧客情報のデータベース化等による適切な管理
- ウ 季節の行事に応じたダイレクトメールの郵送や広報チラシの配布
- エ 飲食情報サイト・スマートフォンアプリ等を介した割引サービスの実施
- オ インターネット等の活用による注文、予約の受付
- カ クレジットカード決済、電子決済の導入・普及
- キ 店舗等における公衆無線LAN環境の整備
- ク コンピュータ・情報システムを利用した業務の合理化及び効率化

(5) 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

事業者は、消費者の食の安全及び健康志向への高まりに対応し、景品表示法等の関係法令を遵守し、表示の適正化を図り、適切な情報提供を行い、消費者に納得と安心感を与えるとともに、消費者からの苦情に誠実に対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めることが重要であることから、以下の事項に取り組むことが期待される。

- ア 食材の原産地表示、天然と養殖の別表示等への積極的な取組
- イ 食物アレルギー患者を中心とした健康被害防止を目的とした表示
- ウ 厚生労働省及び農林水産省が作成した食事バランスガイドの活用
- エ カロリーや塩分量に関する表示
- オ わかりやすい価格表示
- カ 消費者の疑問や苦情への適確な対応（苦情対応マニュアルの作成等）

- キ 従業員に対する危機管理教育の徹底
- ク 賠償責任保険等の活用

(6) 人材育成及び自己啓発の推進に関する事項

営業者は、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ことが期待される。

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、従業者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ことが望まれる。

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

組合及び連合会においては、営業者の自立的な経営改革を支援する都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げる事項を中心に積極的な支援に努めることが期待される。

(1) 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

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こと。

- ア 衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催
- イ 衛生管理に関するパンフレットの作成による普及啓発
- ウ 衛生管理に関するポスターの掲示等による広報促進
- エ 衛生基準の設定

(2) 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営マネジメントの合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に資するための、施設及び設備の改善に関する指導、助言、情報提供等、必要な支援に努めること。

(3) 消費者利益の増進に関する事項

消費者の利益を増進し、消費者に対する正しい情報の提供を行うために必要な支援に努めること。

- ア 接客手引の基本となるマニュアルの作成
- イ 苦情相談窓口の開設
- ウ 苦情処理マニュアルの作成
- エ 危機管理マニュアルの作成
- オ 消費者に対するすしに関する正しい知識に関する普及啓発
- カ 賠償責任保険への加入促進

(4) 経営マネジメントの合理化及び効率化に関する事項

先駆的経営事例、地域的経営環境条件、すし店営業の将来展望に関する情報の収集及び整理に努め、営業者への助言等に活用すること。

(5) 営業者及び従業員の技能の向上に関する事項

営業者及び従業員の技能の向上を図るために必要な支援に努めること。

- ア 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
- イ 技術講習会及び技能コンテスト等の開催による技術水準の向上
- ウ 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

(6) 事業の共同化及び協業化に関する事項

すし券事業や共同利用施設の取得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こと。

(7) 取引関係の改善に関する事項

取引関係の改善を図るため、必要な支援に努めること。

- ア 共同購入等取引面の共同化の推進
- イ 食品等関連業界の協力の下、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

(8) 従業員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(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。

(9) 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を図るために必要な支援に努めること。

(10) 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等について、行政機関との連携等を通じ、組合員等への適切な情報提供を図るとともに、行政施策に基づく指導・支援に努めること。

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

組合との連携を密にして、以下に掲げる事項を中心に積極的に取組に努めることが期待される。

- ア 営業者に対する経営改善の具体的指導、助言等の支援
- イ 利用者からの苦情及び要望の営業者への伝達
- ウ 利用者の信頼の向上に向けた積極的な取組
- エ 都道府県(保健所)と連携した組合加入促進に向けた取組

オ 連合会及び都道府県と連携した振興計画を未策定の組合に対する指導・支援

(2) 全国指導センター

都道府県指導センターの取組を推進するため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。

ア 営業者の経営改革の取組に役立つ情報の収集・整理・情報提供

イ 危機管理マニュアルの作成

ウ 苦情処理マニュアルの作成

エ 効果測定の支援及び政策提言機能の強化

オ 公衆衛生情報の提供機能の強化

(3) 国及び都道府県

すし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、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。

ア 食品衛生に関する指導監督

イ 食品衛生に関する情報提供その他必要な支援

ウ 災害・事故等における適時、適切な風評被害防止策の実施

(4) 日本政策金融公庫

営業者の円滑な事業実施に資するため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。

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 災害時等における速やかな相談窓口の設置

第五 営業の振興に際し配慮すべき事項

すし店営業においては、他の生活衛生関係営業と同様に、衛生水準の確保と経営の安定のみならず、営業者の社会的責任として環境の保全や食品循環資源の再生利用の推進に努めるとともに、すし店営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・高齢化社会等への対応、地域との共生、東日本大震災への対応といった課題に応じていくことが要請される。個々の営業者の取組が中心となる課題と、関係者が営業者を支援することで推進が図られる課題とがある。こうした課題に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。

一 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進

1 営業者に期待される役割

(1) 省エネルギー対応の冷凍・冷房設備、太陽光発電設備等の導入

(2) 節電に資するLED照明、蓄電設備等の導入

(3) 食品循環資源の再生利用等実施率の向上

(4) 食品循環資源の再生利用並びに食品残さの抑制・減量

2 組合及び連合会に期待される役割

(1) 食品循環資源再生利用の仕組みの構築

(2) 業種を超えた組合間で相互に協力

(3) 食品循環資源再生利用に向けた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

融資の実施等による営業者の支援

二 少子・高齢化社会等への対応

1 営業者に期待される役割

営業者は、高齢者や障害者、子育て・共働き世帯が住み慣れた地域社会で安心かつ充実した日常生活を営むことができるよう、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。

(1) 出前サービスの実施（他の生活衛生関係営業者等との連携を含む）

(2) 積極的なバリアフリー対策の実施

(3) 高齢者に配慮したメニューや少量メニューの提供

(4) 身体障害者補助犬を同伴する身体障害者等への適切な対応

(5) 従業員に対する教育及び研修の充実・強化

(6) 地域社会とのつながりを強化する観点も含めた地域の高齢者・障害者等の積極的雇用の推進

(7) 高齢者、障害者、妊産婦等への優しい環境の実現

2 組合及び連合会に期待される役割

高齢者、障害者等の利便性を考慮した店舗設計やサービス提供に係る研究の実施

3 日本政策金融公庫に期待される役割

融資の実施等による営業者の支援

三 食育への対応

1 営業者に期待される役割

営業者は、健康づくりのための食育の推進に積極的に取り組むため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。

(1) 食文化の継承のための食事マナー、調理方法の普及

(2) 食生活の改善の支援

(3) 食品の安全性に関する知識の普及の支援

(4) 食物アレルギー物質の有無の表示

(5) ヘルシーメニューの開発・提供

- (6) 総カロリー表示、塩分量表示等の推進
- 2 日本政策金融公庫に期待される役割
 - 融資の実施等による営業者の支援
- 四 禁煙等に関する対策
 - 1 営業者に期待される役割
 - 営業者は、顧客層、経営方針、店の規模等に配慮した上で、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。
 - (1) 受動喫煙の防止
 - (2) 酒類提供店における飲酒運転根絶に向けた必要な措置
 - 2 日本政策金融公庫に期待される役割
 - 融資の実施等による営業者の支援
- 五 地域との共生（地域コミュニティの再生及び強化（商店街の活性化））
 - 1 営業者に期待される役割
 - 営業者は、地域住民に対してすし店営業の存在、提供する商品やサービスの内容及び営業の社会的役割・意義をアピールするとともに、地域で増加する生活弱者（高齢者、障害者、子育て・共働き世帯）の新たなニーズに対応し、地域のセーフティーネットとしての役割や地域コミュニティの基盤である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るよう、以下に掲げる事項を中心に積極的に取り組むことで、地域コミュニティの再生・強化や商店街の活性化につなげること。
 - (1) 地域の街づくりへの積極的な参加
 - ア 祭りや商店街による手作りイベント等共同事業の立案及び参加
 - イ 商店街の活性化を通じた地域生活者の「ふれあい」、「憩い」、「賑わい」の創出
 - (2) 「賑わい」、「つながり」を通じた豊かな人間関係（ソーシャル・キャピタル）の形成
 - (3) 商店街の空き店舗の有効的活用（子育て支援施設、高齢者交流サロン、地域ブランド品販売等へ利用）
 - (4) 商店街運営店主との共同経営店舗の出店、買い物代行サービス、インターネット販売
 - (5) B級ご当地グルメ等地域資源を活用した地域おこし
 - (6) 地元農家や各種団体と連携した朝市の開催
 - (7) 福祉施設における食事の提供
 - (8) 共同ポイントサービス事業、スタンプ事業の実施
 - (9) 地域の防犯、消防、防災、交通安全、環境保護活動の推進に対する協力
 - (10) 地産地消の推進
 - (11) 災害対応能力及び危機管理能力の維持向上
 - 2 組合及び連合会に期待される役割
 - (1) 地域の自治体等と連携し、社会活動の企画、指導・援助ができる指導者を育成
 - (2) 業種を超えた相互協力の推進
 - (3) 地域における特色ある取組の支援
 - (4) 自治会、町内会、地区協議会、NPO、大学等との連携活動の推進
 - (5) 商店街役員へのすし店営業の若手経営者の登用
- 六 東日本大震災への対応

東日本大震災は未曾有の国難であり、被災地域における営業再開及び被災営業者の生活の再建と活力ある地域の再生のため、総力を挙げて、東日本大震災からの復旧、将来を見据えた復興への取組を進めていくこと。

 - 1 営業者に期待される役割
 - (1) 被災営業者のみならず営業者全体による相互扶助と連携の下での役割発揮
 - (2) 被災営業者の営業再開を通じた被災者へのサービスの充実や地域コミュニティの復元
 - (3) 節電・省エネへの適切な対応
 - 2 組合及び連合会に期待される役割
 - (1) 同業者による支え合い（太い「絆」で再強化）
 - (2) 節電啓発や節電行動に対する支援
 - (3) 節電に資する共同利用施設（共同蓄電設備等）の設置
 - 3 国及び都道府県
 - 東日本大震災を乗り越えて復興を実現し、被災地域のコミュニティの維持回復を図るため、被災営業者及び被災組合の意向等を踏まえつつ、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。
 - (1) 被災営業者の営業再開のための施策
 - (2) 東日本大震災を教訓とした緊急に実施する必要性が高く、即効性の高い防災、減災等の施策
 - 4 日本政策金融公庫に期待される役割
 - 被災営業者に対するきめ細やかな相談・支援を通じた低利融資等の実施

◎理容業の振興指針

平成26年3月13日
厚生労働省告示第73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21年厚生労働省告示第37号)の全部を次のように改正し、平成26年4月1日から適用する。

理容業の振興指針

理容業の営業者が、理容師法(昭和22年法律第234号)等の衛生規制に的確に対応しつつ、現下の諸課題にも適切に対応し、経営の安定及び改善を図ることは、国民生活の向上に資するものである。

このため、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。以下「生衛法」という。)第56条の2第1項に基づき、理容業の振興指針を定めてきたところであるが、今般、営業者、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。)等の事業の実施状況等を踏まえ、営業者、組合等の具体的活用を資するよう、実践的かつ戦略的な指針として全部改正を行った。

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、新たな衛生上の課題や経済社会情勢の変化、営業者及び消費者等のニーズを反映して、適時かつ適切に指針を改定するものとする。

第一 理容業を取り巻く状況

一 理容業の事業者の動向

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いに寄与してきたところである。

理容所の施設数は130,210施設(平成24年度末)であり、10年前と比較して10,164施設の減となっている。従業理容師数は238,086人であり、10年前と比較して14,038人の減となっている(厚生労働省『衛生行政報告例』による)。

従業者数5人未満の事業者は77.6%で、経営者の年齢については、60歳から69歳の者の割合が39.1%、70歳以上の者の割合が20.8%となっている。経営上の課題としては(複数回答)、「客数の減少」を最も多くあげており、次に多い問題点としては、「競合店舗の新規出店」、「客単価の減少」、「施設・設備の老朽化」、「立地条件の悪化」等となっている(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

平成24年の1世帯(2人以上の世帯)の理髪料の支出額は5,574円で前年比97円の増で、平成14年の支出額を100とした場合、平成24年の支出額は75.4となっている(総務省『家計調査報告』による)。

また、理容店1回あたりの費用(商品の購入費用は除く)は、「1,000～1,999円」が40.2%と最も多く、「3,000～3,999円」が21.9%、「2,000～2,999円」が12.6%となっている。1回あたりの費用については、「より満足度が高まるのであれば費用を増やしてもいい」と考える利用者が30.8%となっており、その条件としては(複数回答)、「気に入った、理想のヘアスタイルになる」が64.1%、「癒やされる・疲れがとれる」が38.4%、「ヘア関連以外の充実したサービスが受けられる」が33.1%、「悩みに的確に対応してくれる」が21.1%となっている(株式会社日本政策金融公庫『理容店に関する消費者意識と経営実態調査』による)。

三 営業者の考える今後の経営方針

営業者の考える今後の経営方針としては(複数回答)、「接客サービスの充実」40.6%、「廃業」17.0%、「施設・設備の改装」15.7%、「価格の見直し」15.2%、「広告・宣伝等の強化」14.4%となっている(厚生労働省『生活衛生関係営業経営実態調査』による)。

第二 前期の振興計画の実施状況

都道府県別に設立された理容業の組合(平成25年12月末現在で47都道府県で設立)においては、前期の理容業の振興指針(平成21年厚生労働省告示第37号)を踏まえ、振興計画を策定、実施しているところであるが、当該振興計画について、全5カ年のうち4カ年終了時である平成24年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

なお、国による予算措置(補助金)については、政策目的の達成状況の検証及び事業の適切かつ効果的な実施の観点から、「生活衛生関係営業の振興に関する検討会」の下に設けられた「生活衛生関係営業対策事業費補助金審査・評価会」において、審査から評価まで一貫して行う等、必要な見直し措置を講じている。

このため、組合及び生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)等においても、振興計画に基づき事業を実施する際は、成果目標及び事業目標を可能な限り明確化した上で、達成状況についても評価を行う必要がある。

当該振興計画等の実現に向けて、組合及び連合会においては、振興指針、振興計画の内容について広く広報を図り、組合未加入営業者への加入勧誘を図ることが期待されている。

組合への加入、非加入は営業者の任意であるが、生衛法の趣旨、組合の活動内容等を詳しく知らない新規開設者等の営業者がいることも考えられるため、都道府県、保健所設置市への営業の許可申請、届出等の際に、営業者に対して、生衛法の趣旨、関係する組合の内容、所在地、連絡先等について情報提供等の取組の実施が求められる。

表 振興計画の実施状況についての各組合による自己評価

(単位：%)

	事業名	達成	概ね達成	主な事業
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	57%	41%	<ul style="list-style-type: none"> 衛生消毒等に関する講習会の開催 自主点検の実施 自主点検表、ポスター・ステッカーの配布

2	施設及び設備の改善に関する事業	13%	48%	・店舗特性を踏まえた改装や省エネ、リラクゼーションメニュー対応の設備の導入投資が見られる
3	利用者の利益の増進に関する事業	44%	43%	・賠償責任保険への加入促進 ・講習会の開催 ・標準営業約款制度の推進
4	経営管理の合理化及び効率化に関する事業	54%	44%	・経営講習会、各種研修会の開催 ・経営相談室の設置
5	営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事業	52%	41%	・技術講習会の開催 ・競技大会の開催
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	46%	46%	・共同購入の実施
7	取引関係の改善に関する事業	45%	28%	・関連業界等との情報交換会の開催
8	従業者の福祉の充実に関する事業	57%	41%	・共済制度の加入促進 ・定期健康診断の実施
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	48%	46%	・後継者育成支援のための研修会等の開催 ・青年部・女性部の育成
10	環境の保全及び省エネルギーの強化に関する事業	44%	33%	・クールビズヘアの推進
11	少子・高齢化社会への対応に関する事業	37%	37%	・訪問福祉理容の推進 ・ケア理容師養成研修会の開催
12	地域との共生に関する事業	56%	33%	・地域イベントへの参加 ・ボランティア活動の推進

第三 理容業の振興の目標に関する事項

一 営業者の直面する課題と地域社会から期待される役割

理容業は、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いに寄与してきた。こうした重要な役割を理容業が引き続き担い、国民生活の向上に貢献できるよう、経営環境や国民のニーズ、衛生課題に適切に対応しつつ、各々の営業者の経営戦略に基づき、その特性を活かし、事業の安定と活力ある発展を図ることが求められる。

また、新たな髪形の提案や、子ども等の潜在的な需要の拡大のためのキャンペーンを行うなど、21世紀の理容業の姿を展望し、業界をあげて若者に対する理容業のイメージ刷新に取り組んでいくことが事業の活性化の観点からも重要となっている。

さらに、高齢者や障害者等のニーズに的確に即応することで、理容業の営業者の地域住民が日常生活を送るために必要なサーフェーネットとしての役割や地域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。

一方で、理容所の衛生管理に対する消費者の関心も高く、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していくことが求められる。

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、従業者等への育児支援等も課題となっている。

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。

二 今後5年間（平成26年度から平成30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

理容業は、頭髮の刈り込み、顔そり等利用者の皮ふ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。

衛生課題は、営業者の地道な取組が中心となる課題と、新型インフルエンザへの対応のように、営業者にとどまらず、保健所等衛生関係機関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。）等との連携を密にして対応すべき課題とに大別される。衛生問題は、営業者が一定水準の衛生管理を行っている場合、通常、発生するものではないため、発生防止に必要な費用及び手間について判断しにくい特質がある。しかし、一旦、衛生上の問題が発生した場合には、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ことから、日頃からの地道な衛生管理の取組が重要である。

また、こうした衛生問題は、個々の営業者の問題にとどまらず、業界全体に対する信頼を損ねることにもつながることから、組合及び連合会には、組合員、非組合員双方の営業者が自覚と責任感を持ち、衛生水準の向上が図られるよう、継続的に知識及び意識向上に資する普及啓発や適切な指導及び支援に努めることが求められる。

とりわけ、零細な営業者は重要な公衆衛生情報の把握が困難となる場合が考えられるため、これら営業者に対する組合加入の促進や公衆衛生情報の提供が円滑に行われることが期待される。

さらに、管理理容師資格認定講習会については、店舗の管理者にふさわしい衛生管理に係る知識や意識を点検し、その徹底を図るための重要な制度であり、新規受講対象者を中心に管理理容師の資格取得を促していく必要がある。

2 経営方針の決定と消費者・地域社会への貢献

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、髪型に対する需要の多様化、若い男性の一部の美容志志向、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。

こうした中で、営業者は、消費者のニーズや世帯動向等を的確に把握し、専門性や技術力、地域密着、対面接客等の特性を活かし、競争軸となる強みを見出し、独自性を十分に発揮し、経営展開を行っていくことが求められる。

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も多様化・高度化し、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、消費者は、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、一般の整髪、顔そり、洗髪等のサービスメニューを主体としつつ、さらに、全身エステティック、育毛・スカルプトリートメントなど、利用者の多様なニーズを踏まえた新たなサービスを積極的に採り入れ、サービスの多様化を図り、付加価値を高めていくとともに、「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のある店づくりを行うことが求められる。

他方、人口減少・少子高齢化及び過疎化の進展は、営業者の経営環境を厳しくする一方、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そのものを弱体化させる側面があることから、高齢者や障害者、子育て・共働き世帯等が身近な買い物に不便・不安を感じさせる、いわゆる「買い物弱者」の問題を顕在化させる。地域に身近な営業者の存在は、買い物弱者になりがちな高齢者等から頼られる位置づけを確立し、中長期的な経営基盤の強化につながることを期待される。

特に、高齢化が進展する中で、在宅や老人福祉施設等で理容店に来店することが困難な高齢者等が増加していくことが予想されることから、これらの者に対して訪問理容サービスや送迎を実施していくことが期待される。理容サービスによって身だしなみを整えることは高齢者の気持ちを若返らせ、心身をリフレッシュさせる上でも重要である。

こうしたシニア層向けのサービスの提供は、単に売上げを伸ばすだけでなく、地域社会が抱える問題の課題解決や地域経済の活性化にも貢献するものであり、これら取組を通じた経営基盤の強化により、大手資本によるチェーン店との差別化にもつながるものと期待できる。

3 税制及び融資の支援措置

理容業の組合又は組合員には、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。

税制措置については、組合が共同利用施設を取得した場合の特別償却制度が設けられており、組合において共同配送用車輜及び共同蓄電設備の購入時や組合の会館を建て替える際などに活用することができる。

融資については、対象設備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(営業者)が借りた場合に、対象設備については、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。また、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(振興事業促進支援融資制度)が設けられており、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 組合及び連合会に期待される役割

組合及び連合会には、独自の財源や国から受ける生活衛生関係営業対策事業費補助金を活用して、営業者の直面する衛生問題及び経営課題に対する適切な支援事業を実施することが期待される。

事業の実施に際しては、有効性及び効率性(費用対効果)の観点から、計画期間に得られる成果目標を明確にしながら事業の企画立案・実施を行い、得られた成果については適切に効果測定する等、事業の適切かつ効果的な実施に努めることが求められる。

また、事業効果を最大限発揮し事業成果を広く国民や社会に還元できるよう、都道府県指導センター、保健所等衛生関係機関、日本政策金融公庫支店等との連携及び調整を行うことが期待される。

2 都道府県指導センター及び日本政策金融公庫に期待される役割

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に鑑み、都道府県指導センター及び日本政策金融公庫において、営業者へのきめ細かな相談・指導その他必要な支援を行うなどし、予算措置(補助金)、金融措置(融資)、税制措置等の有効的な活用を図ることが期待される。

とりわけ、金融措置(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、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握及び分析に努め、関係団体に情報提供するとともに、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、融資に係るきめ細かな相談及び融資手続きの簡素化を行うことが期待される。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ことから、本指針の内容を踏まえ、営業者の戦略性を引き出す形での指導を行うことが求められる。

3 国及び公益財団法人全国生活衛生営業指導センターに期待される役割

国及び公益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。)は、公衆衛生の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、都道府県及び連合会と適切に連携を図り、信頼性の高い情報の発信、的確な政策ニーズの把握等を行う必要がある。また、予算措置(補助金)、金融措置(融資)、税制措置を中心とする政策支援措置については、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、安定的に所要の措置を講じるとともに、制度の活性化に向けた不漸の改革の取組が必要である。

また、全国指導センターにおいては、地域で孤立する小規模営業者のほか、大規模チェーン店に対しても、組合加入の働きかけや公衆衛生情報の提供機能の強化を行うため、関係の組合及び連合会との連携を促すための取組が求められる。

第四 理容業の振興の目標を達成するために必要な事項

理容業の目標を達成するために必要な事項としては、次に掲げるように多岐にわたるが、営業者においては、衛生水準の向上等のために必須で取り組むべき事項と、戦略的経営を推進するために選択的に取り組むべき事項の区別を行うことで、課題解決と継続的な成長を可能にし、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、組合及び連合会においては、組合員である営業者等に対する指導・支援、消費者の理容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。

このために必要となる具体的取組としては、次に掲げるとおりである。

一 営業者の取組

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

理容業は、人の身体の一部である毛髪及び皮ふ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、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、皮ふ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、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。

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。

(2) 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。

2 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サービスを提供し、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、経営改革に積極的に取り組むことが期待される。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い面があるが、経営意識の改革を図り、以下の事項を選択的に取り組んでいくことが期待される。

(1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

現在置かれている経営環境や市場を十分に把握、分析し、専門性や技術力、立地条件等の特性を踏まえ、強みを見出し、経営方針を明確化し、自店の付加価値や独自性を高めていくとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

ア 自店の立地条件、顧客層、サービスメニュー、資本金、経営能力、技術力等の経営上の特質の把握

イ 周辺競合店に関する情報収集と比較

ウ ターゲットとする顧客層の特定

エ 重点サービスの明確化

オ 店のコンセプトの明確化

カ 経営手法、熟練技能、専門的知識の習得・伝承や後継者の育成

キ 若手人材の活用による経営手法の開拓

ク 共同仕入れ等の共同事業の推進

ケ 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の積極的活用

(2) サービスの見直し及び向上に関する事項

消費者のニーズやライフスタイル、世帯構造の変化等に的確に対応し、消費者が安心して利用できるよう、サービスや店づくりの充実や情報提供の推進に努め、消費者の満足度を向上させることが重要であることから、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

ア サービスの充実

①主として若者を対象とした新しいヘアスタイルの提供

②クールビズヘア、冷シャンプー等の社会性を配慮したメニュー

③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

④女性向けシェービング

⑤美顔を含めた身体全体のエステティック等の肌の管理を重視するメニューの提供

⑥シャンプーと頭皮ケア等の育毛・スキャルプトリートメントの提供

⑦アロマセラピー等のリラクゼーションメニュー

⑧中高年齢者を対象としたヘアカウンセリング

⑨毛髪や顔そり後の肌の手入れ等の知識の提供

⑩子どもに配慮したサービスの提供

⑪在宅や施設の高齢者等への訪問理容

⑫高齢者等の来店が困難な顧客の送迎

⑬マニュアルを超えた「おもてなしの心(気配り・目配り・心配り)」による温もりのあるサービスの提供

イ 消費者のニーズやライフスタイルの変化等に対応した店づくり

- ①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、若者等を対象に多様なメニューを提供する店などの店のコンセプトを踏まえた店づくり
- ②リラクゼーションを重視した店の雰囲気づくり
- ③高齢者や障害者にやさしい店づくり
- ④地域住民が集えるサロンの提供
- ⑤立地条件及び経営方針に照らした営業日及び営業時間の見直し

(3) 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、施設及び設備の改善のため、以下の事項に取り組むことが期待される。

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 サービスの内容やメニューに合った快適な椅子、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

エ 訪問理容のための車両、携帯器具

オ 高齢者、障害者等に配慮したバリアフリー対策の実施

カ 節電・省エネルギーの推進

キ 経営の合理化・効率化のための改善

(4) 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、情報セキュリティの管理に留意しつつ、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用する等、以下の事項に選択的に取り組むことが期待される。

ア インターネット等の活用による予約の受付、割引サービスの実施、異業種との提携

イ ホームページの開設等、積極的な情報発信によるプロモーションの促進

ウ 顧客情報のデータベース化等による適切な管理

エ ダイレクトメールの郵送や広報チラシの配布

オ クレジットカード決済、電子決済の導入・普及

(5) 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。

このため、営業者は、全国指導センター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と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。

(6) 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に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や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、従事員に対する適正な労働条件の確保に努めるものとする。

また、理容業の職業としての可能性や魅力を若者に伝える啓発活動も行っていくことが求められる。

さらに、営業者は、後継者及び独立を希望する従事員が、経営、顧客管理、従事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、後継者及び従事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

1 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、営業者の自立的な経営改革を支援する都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げる事項を中心に積極的な支援に努めることが期待される。

(1) 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、化粧品との組み合わ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こと。

(2) 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営マネジメントの合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に資するための、施設及び設備の改善に関する指導、助言、情報提供等、必要な支援に努めること。

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こと。

(3) 消費者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こと。

(4) 経営マネジメント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。

- (5) 営業者及び従業員の技能の向上に関する事項
新しいヘアスタイル、福祉理容、ヘアカウンセラー、美顔・全身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、ケア理容師等の連合会独自の技能資格制度の推進等による、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こと。
 - (6) 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こと。
 - (7) 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こと。
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こと。
 - (8) 従業員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こと。
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こと。
 - (9) 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を図るために必要な支援に努めること。
また、次代を担う子どもや職業選択の時期にある若者に対して理容業の魅力を伝える広報や啓発活動に努めることで、後継者の創出の基礎をつくっていくことが期待される。
- 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
組合との連携を密にして、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。
 - ア 営業者に対する経営改善の具体的指導、助言等の支援
 - イ 消費者からの苦情及び要望の営業者への伝達
 - ウ 消費者の信頼の向上に向けた積極的な取組
 - エ 都道府県(保健所)と連携した組合加入促進に向けた取組
 - (2) 全国指導センター
都道府県指導センターの取組を推進するため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。
 - ア 営業者の経営改革の取組に役立つ情報の収集・整理・情報提供
 - イ 危機管理マニュアルの作成
 - ウ 苦情処理マニュアルの作成
 - エ 標準営業約款の登録の促進
 - オ 効果測定への支援及び政策提言機能の強化
 - カ 公衆衛生情報の提供機能の強化
 - (3) 国及び都道府県
理容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、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。
 - ア 理容師法等関係法令の施行業務等を通じた指導監督
 - イ 安全衛生、苦情対応に関する情報提供その他必要な支援
 - (4) 日本政策金融公庫
営業者の円滑な事業実施に資するため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。
 - 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 災害時等における速やかな相談窓口の設置

第五 営業の振興に際し配慮すべき事項

理容業においては、他の生活衛生関係営業と同様に、衛生水準の確保と経営の安定のみならず、営業者の社会的責任として環境の保全や省エネルギーの強化に努めるとともに、時代の要請である少子・高齢化社会等への対応、地域との共生、東日本大震災への対応といった課題にこたえていくことが要請される。個々の営業者の取組が中心となる課題と、関係者が営業者を支援することで推進が図られる課題とがある。こうした課題に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。

一 少子・高齢化社会等への対応

1 営業者に期待される役割

営業者は、高齢者や障害者、子育て・共働き世帯が住み慣れた地域社会で安心かつ充実した日常生活を営むことができるよう、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。

- (1) バリアフリー対策の積極的な取組
- (2) 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
- (3) 従業者の育児支援や子供連れの顧客に対応した店内設備等の改善

- (4) 身体障害者補助犬を同伴する身体障害者等への適切な対応
- (5) 従業員に対する教育及び研修の充実・強化
- (6) 地域社会とのつながりを強化する観点も含めた地域の高齢者・障害者等の積極的雇用の推進
- (7) 受動喫煙の防止
- 2 組合及び連合会に期待される役割
 - 高齢者、障害者等の利便性を考慮した店舗設計やサービス提供に係る研究の実施
- 3 日本政策金融公庫に期待される役割
 - 融資の実施等による営業者の支援
- 二 環境の保全及び省エネルギーの強化
 - 1 営業者に期待される役割
 - (1) 省エネルギー対応の空調設備、太陽光発電設備等の導入
 - (2) 節電に資するLED照明、蓄電設備等の導入
 - (3) 廃棄物の最小化、分別回収の実施
 - (4) 薬品、化粧品等の各種容器や廃液、毛髪等の廃棄物の適切な処置
 - (5) 温室効果ガス排出の抑制
 - 2 組合及び連合会に期待される役割
 - (1) 廃棄物の最小化、分別回収の普及啓発
 - (2) 業種を超えた組合間で相互に協力
 - 3 日本政策金融公庫に期待される役割
 - 融資の実施等による営業者の支援
- 三 地域との共生（地域コミュニティの再生及び強化（商店街の活性化））
 - 1 営業者に期待される役割

営業者は、地域住民に対して理容業の店舗の存在、提供するサービスの内容及び営業の社会的役割・意義をアピールするとともに、地域で増加する生活弱者（高齢者、障害者、子育て・共働き世帯）の新たなニーズに対応し、地域のセーフティネットとしての役割や地域コミュニティの基盤である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るよう、以下に掲げる事項を中心に積極的に取り組むことで、地域コミュニティの再生・強化や商店街の活性化につなげること。

 - (1) 地域の街づくりへの積極的な参加
 - ア 祭りや商店街による手作りイベント等共同事業の立案及び参加
 - イ 商店街の活性化を通じた地域生活者の「ふれあい」、「憩い」、「賑わい」の創出
 - (2) 「賑わい」、「つながり」を通じた豊かな人間関係（ソーシャル・キャピタル）の形成
 - (3) 福祉施設における訪問理容の実施
 - (4) 共同ポイントサービス事業、スタンプ事業の実施
 - (5) 地域の防犯（「理容こども110番の店」など）、消防、防災、自殺防止、交通安全、環境保護活動の推進に対する協力
 - (6) 災害対応能力及び危機管理能力の維持向上
 - 2 組合及び連合会に期待される役割
 - (1) 地域の自治体等と連携し、社会活動の企画、指導・援助ができる指導者を育成
 - (2) 業種を超えた相互協力の推進
 - (3) 地域における特色ある取組の支援
 - (4) 講習会の開催
 - (5) 自治会、町内会、地区協議会、NPO、大学等との連携活動の推進
 - (6) 商店街役員への理容業の若手経営者の登用
- 四 東日本大震災への対応

東日本大震災は未曾有の国難であり、被災地域における営業再開及び被災営業者の生活の再建と活力ある地域の再生のため、総力を挙げて、東日本大震災からの復旧、将来を見据えた復興への取組を進めていくこと。

 - 1 営業者に期待される役割
 - (1) 被災営業者のみならず営業者全体による相互扶助と連携の下での役割発揮
 - (2) 被災営業者の営業再開を通じた被災者へのサービスの充実や地域コミュニティの復元
 - (3) 節電・省エネへの適切な対応
 - 2 組合及び連合会に期待される役割
 - (1) 同業者による支え合い（太い「絆」で再強化）
 - (2) 節電啓発や節電行動に対する支援
 - (3) 節電に資する共同利用施設（共同蓄電設備等）の設置
 - 3 国及び都道府県

東日本大震災を乗り越えて復興を実現し、被災地域のコミュニティの維持回復を図るため、被災営業者及び被災組合の意向等を踏まえつつ、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。

 - (1) 被災営業者の営業再開のための施策
 - (2) 東日本大震災を教訓とした緊急に実施する必要性が高く、即効性の高い防災、減災等の施策
 - 4 日本政策金融公庫に期待される役割
 - 被災営業者に対するきめ細やかな相談・支援を通じた低利融資等の実施

◎美容業の振興指針

平成26年3月13日
厚生労働省告示第74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21年厚生労働省告示第38号)の全部を次のように改正し、平成26年4月1日から適用する。

美容業の振興指針

美容業の営業者が、美容師法(昭和32年法律第163号)等の衛生規制に的確に対応しつつ、現下の諸課題にも適切に対応し、経営の安定及び改善を図ることは、国民生活の向上に資するものである。

このため、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。以下「生衛法」という。)第56条の2第1項に基づき、美容業の振興指針を定めてきたところであるが、今般、営業者、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。)等の事業の実施状況等を踏まえ、営業者、組合等の具体的活用に関するよう、実践的かつ戦略的な指針として全部改正を行った。

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、新たな衛生上の課題や経済社会情勢の変化、営業者及び消費者等のニーズを反映して、適時かつ適切に指針を改定するものとする。

第一 美容業を取り巻く状況

一 美容業の事業者の動向

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、国民生活の充実に大いに寄与してきたところである。

美容所の施設数は231,134施設(平成24年度末)であり、10年前と比較して22,823施設の増となっている。平成16年から平成17年頃に美容師免許取得者数が約3万人となる高い水準となっていたことから、今後数年間で美容店の新規開設希望者が増大することが予想される。従業美容師数は479,509人であり、10年前と比較して96,295人の増となっている(厚生労働省『衛生行政報告例』による)。従業者数5人未満の事業者は69.2%で、経営者の年齢については、60歳から69歳の者の割合が25.0%、70歳以上の者の割合が10.8%となっている(厚生労働省『生活衛生関係営業経営実態調査』による)。

住宅地に立地し、中高年の経営者による小規模個人経営の店と、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・大規模店が見られるなど、二層分化の傾向も見られる。

経営上の課題としては(複数回答)、「客数の減少」を最も多くあげており、次に多い問題点としては、「客単価の減少」、「競合店舗の新規出店」、「施設・設備の老朽化」、「人手不足・求人難」等となっている(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

平成24年の1世帯(2人以上の世帯)のパーマネント代の支出額は5,153円で前年比16円の減、カット代の支出額は5,930円で前年比75円の減で、平成14年の支出額を100とした場合、平成24年のパーマネント代の支出額は62.7、カット代の支出額は99.4となっている(総務省『家計調査報告』による)。

また、美容店1回あたりの費用(商品の購入費用は除く)は、「3,000~3,999円」が20.4%と最も多く、「4,000~4,999円」が15.7%、「10,000円以上」が14.8%となっている。1回あたりの費用については、「より満足度が高まるのであれば費用を増やしてもいい」と考える利用者が36.2%となっており、その条件としては(複数回答)、「気に入った、理想のヘアスタイルになる」が76.2%、「ヘア関連以外の充実したサービスが受けられる」が41.4%、「癒やされる・疲れがとれる」が36.2%、「悩みを的確に対応してくれる」が31.3%となっている(株式会社日本政策金融公庫『美容店に関する消費者意識と経営実態調査』による)。

三 営業者の考える今後の経営方針

営業者の考える今後の経営方針としては(複数回答)、「接客サービスの充実」44.6%、「広告・宣伝等の強化」22.6%、「廃業」11.3%、「施設・設備の改装」10.4%、「価格の見直し」10.3%となっている(厚生労働省『生活衛生関係営業経営実態調査』による)。

第二 前期の振興計画の実施状況

都道府県別に設立された美容業の組合(平成25年12月末現在で47都道府県で設立)においては、前期の美容業の振興指針(平成21年厚生労働省告示第38号)を踏まえ、振興計画を策定、実施しているところであるが、当該振興計画について、全5ヵ年のうち4ヵ年終了時である平成24年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

なお、国による予算措置(補助金)については、政策目的の達成状況の検証及び事業の適切かつ効果的な実施の観点から、「生活衛生関係営業の振興に関する検討会」の下に設けられた「生活衛生関係営業対策事業費補助金審査・評価会」において、審査から評価まで一貫して行う等、必要な見直し措置を講じている。

このため、組合及び生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)等においても、振興計画に基づき事業を実施する際は、成果目標及び事業目標を可能な限り明確化した上で、達成状況についても評価を行う必要がある。

当該振興計画等の実現に向けて、組合及び連合会においては、振興指針、振興計画の内容について広く広報を図り、組合未加入営業者への加入勧誘を図ることが期待されている。

組合への加入、非加入は営業者の任意であるが、生衛法の趣旨、組合の活動内容等を詳しく知らない新規開設者等の営業者がいることも考えられるため、都道府県、保健所設置市への営業の許可申請、届出等の際に、営業者に対して、生衛法の趣旨、関係する組合の内容、所在地、連絡先等について情報提供等の取組の実施が求められる。

表 振興計画の実施状況についての各組合による自己評価

(単位：%)

	事業名	達成	概ね達成	主な事業
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	38%	51%	・衛生管理等に関する講習会の開催 ・自主点検の実施 ・ホームページ・情報誌による情報提供
2	施設及び設備の改善に関する事業	15%	49%	・店舗特性を踏まえた改装や省エネ・バリアフリー対応の設備の導入投資が見られる
3	利用者の利益の増進に関する事業	24%	72%	・小冊子・ポスター配布 ・賠償責任保険への加入促進 ・講習会の開催
4	経営管理の合理化及び効率化に関する事業	26%	51%	・経営講習会、各種研修会の開催 ・税務相談会・融資相談会の開催
5	営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事業	51%	41%	・技術講習会の開催 ・技能コンテストの開催
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	24%	39%	・共同購入の実施 ・講習会の開催
7	取引関係の改善に関する事業	28%	42%	・関連業界との定期的協議会の開催
8	従業者の福祉の充実に関する事業	35%	52%	・共済制度の加入促進 ・研修会・講習会の開催
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	35%	30%	・後継者育成支援のための研修会等の開催 ・若手営業者組織の育成
10	環境の保全及び省エネルギーの強化に関する事業	13%	39%	・研修会・講習会の開催 ・ホームページ・情報誌による情報提供
11	少子・高齢化社会への対応に関する事業	17%	37%	・福祉ボランティアの実施
12	地域との共生に関する事業	13%	39%	・地域行事への参加 ・ボランティアの実施

第三 美容業の振興の目標に関する事項

一 営業者の直面する課題と地域社会から期待される役割

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、国民生活の充実に大いに寄与してきた。こうした重要な役割を美容業が引き続き担い、国民生活の向上に貢献できるよう、経営環境や国民のニーズ、衛生課題に適切に対応しつつ、各々の営業者の経営戦略に基づき、その特性を活かし、事業の安定と活力ある発展を図ることが求められる。

また、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、その需要に応え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。

さらに、高齢者や障害者等のニーズに的確に即応することで、美容業の営業者の地域住民が日常生活を送るために必要なセーフティネットとしての役割や地域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。

一方で、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消費者の関心も高く、公衆衛生の見地から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していくことが求められる。

また、近年、まつ毛エクステンションが急速に普及してきているが、こうした新たな技術やサービスへの対応については、美容師の養成段階はもとより、美容師免許取得後も新たな技術への対応のための取組が求められる。

さらに、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、従業者等への育児支援等も課題となっている。

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。

二 今後5年間(平成26年度から平成30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

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。

衛生課題は、営業者の地道な取組が中心となる課題と、新型インフルエンザへの対応のように、営業者にとどまらず、保健所等衛生関係機関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。)等との連携を密にして対応すべき課題とに大別される。衛生問題は、営業者が一定水準の衛生管理を行っている場合、通常、発生するものではないため、発生防止に必要な費用及び手間について判断しにくい特質がある。しかし、一旦、衛生上の問題が発生した場合には、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ことから、日頃からの地道な衛生管理の取組が重要である。

また、こうした衛生問題は、個々の営業者の問題にとどまらず、業界全体に対する信頼を損ねることにもつながることから、組合及び連合会には、組合員、非組合員双方の営業者が自覚と責任感を持ち、衛生水準の向上が図られるよう、

継続的に知識及び意識向上に資する普及啓発や適切な指導及び支援に努めることが求められる。

とりわけ、零細な営業者は重要な公衆衛生情報の把握が困難となる場合が考えられるため、これら営業者に対する組合加入の促進や公衆衛生情報の提供が円滑に行われることが期待される。

さらに、管理美容師資格認定講習会については、店舗の管理者にふさわしい衛生管理に係る知識や意識の点検を図り、その徹底を図るために重要な制度であり、新規受講対象者を中心に管理美容師の資格取得を促していく必要がある。

2 経営方針の決定と消費者・地域社会への貢献

美容店の施設数が増加する中で、チェーン店の増加や個人所得の伸び悩み、利用頻度の低下もあいまって、経営環境は厳しいものとなっている。

こうした中で、営業者は、消費者のニーズや世帯動向等を的確に把握し、専門性や技術力、地域密着、対面接客等の特性を活かし、競争軸となる強みを見出し、独自性を十分に発揮し、経営展開を行っていくことが求められる。

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、消費者は、技術の質、料金、施設及び設備、接客態度等を合理的に選択することにより、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、顧客に総合的な美(トータルビューティ)を提供するという観点から、サービスの総合化を推進し、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。

他方、人口減少・少子高齢化及び過疎化の進展は、営業者の経営環境を厳しくする一方、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そのものを弱体化させる側面があることから、高齢者や障害者、子育て・共働き世帯等が身近な買い物に不便・不安を感じさせる、いわゆる「買い物弱者」の問題を顕在化させる。地域に身近な営業者の存在は、買い物弱者になりがちな高齢者等から頼られる位置づけを確立し、中長期的な経営基盤の強化につながることを期待される。

特に、高齢化が進展する中で、在宅や老人福祉施設等で美容店に来店することが困難な高齢者が増加していくことが予想されることから、これらの者に対する訪問美容サービスや送迎を推進していくことが期待される。美容サービスによって身だしなみを整えることは高齢者の気持ちを若返らせ、心身をリフレッシュさせる上でも重要である。

こうしたシニア層向けのサービスの提供は、単に売上げを伸ばすだけでなく、地域社会が抱える問題の課題解決や地域経済の活性化にも貢献するものであり、これら取組を通じた経営基盤の強化により、大手資本によるチェーン店との差別化にもつながるものと期待できる。

3 税制及び融資の支援措置

美容業の組合又は組合員には、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。

税制措置については、組合が共同利用施設を取得した場合の特別償却制度が設けられており、組合において共同配送用車輦及び共同蓄電設備の購入時や組合の会館を建て替える際に活用することができる。

融資については、対象設備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(営業者)が借りた場合に、対象設備については、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。また、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(振興事業促進支援融資制度)が設けられており、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 組合及び連合会に期待される役割

組合及び連合会には、独自の財源や国から受ける生活衛生関係営業対策事業費補助金を活用して、営業者の直面する衛生問題及び経営課題に対する適切な支援事業を実施することが期待される。

事業の実施に際しては、有効性及び効率性(費用対効果)の観点から、計画期間に得られる成果目標を明確にしながら事業の企画立案・実施を行い、得られた成果については適切に効果測定する等、事業の適切かつ効果的な実施に努めることが求められる。

また、事業効果を最大限発揮し事業成果を広く国民や社会に還元できるよう、都道府県指導センター、保健所等衛生関係機関、日本政策金融公庫支店等との連携及び調整を行うことが期待される。

2 都道府県指導センター及び日本政策金融公庫に期待される役割

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に鑑み、都道府県指導センター及び日本政策金融公庫において、営業者へのきめ細かな相談・指導その他必要な支援を行うなどし、予算措置(補助金)、金融措置(融資)、税制措置等の有効的な活用を図ることが期待される。

とりわけ、金融措置(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、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握及び分析に努め、関係団体に情報提供するとともに、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、融資に係るきめ細かな相談及び融資手続きの簡素化を行うことが期待される。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ことから、本指針の内容を踏まえ、営業者の戦略性を引き出す形での指導を行うことが求められる。

3 国及び公益財団法人全国生活衛生営業指導センターに期待される役割

国及び公益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。)は、公衆衛生の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、都道府県及び連合会と適切に連携を図り、信頼性の高い情報の発信、的確な政策ニーズの把握等を行う必要がある。また、予算措置(補助金)、金融措置(融資)、税制措置を中心とする政策支援措置については、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、安定的に所要の措置を講じるとともに、制度の活性化に向けた不断の改革の取組が必要である。

また、全国指導センターにおいては、地域で孤立する小規模営業者のほか、大規模チェーン店に対しても、組合加入の働きかけや公衆衛生情報の提供機能の強化を行うため、関係の組合及び連合会との連携を促すための取組が求められる。

第四 美容業の振興の目標を達成するために必要な事項

美容業の目標を達成するために必要な事項としては、次に掲げるように多岐にわたるが、営業者においては、衛生水準の向上等のために必須で取り組むべき事項と、戦略的経営を推進するために選択的に取り組むべき事項の区別を行うことで、課題解決と継続的な成長を可能にし、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、組合及び連合会においては、組合員である営業者等に対する指導・支援、消費者の美容業への信頼向上に資する事業の計画的な推進が求められる。

このために必要となる具体的取組としては、次に掲げるとおりである。

一 営業者の取組

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

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。

(2) 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。

2 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サービスを提供し、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、経営改革に積極的に取り組むことが期待される。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い面があるが、経営意識の改革を図り、以下の事項を選択的に取り組んでいくことが期待される。

(1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

現在置かれている経営環境や市場を十分に把握、分析し、専門性や技術力、立地条件等の特性を踏まえ、強みを見出し、経営方針を明確化し、自店の付加価値や独自性を高めていくとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

ア 自店の立地条件、顧客層、サービスメニュー、資本力、経営能力、技術力等の経営上の 特質の把握

イ 周辺競合店に関する情報収集と比較

ウ ターゲットとする顧客層の特定

エ 重点サービスの明確化

オ 店のコンセプトの明確化

カ 経営手法、熟練技能、専門的知識の習得・伝承や後継者の育成

キ 若手人材の活用による経営手法の開拓

ク 共同仕入れ等の共同事業の推進

ケ 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の積極的活用

(2) サービスの見直し及び向上に関する事項

消費者のニーズやライフスタイル、世帯構造の変化等に的確に対応し、消費者が安心して利用できるよう、サービスや店づくりの充実や情報提供の推進に努め、消費者の満足度を向上させることが重要であることから、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

ア サービスの充実

①ヘアスタイル等の流行に合わせたメニューの見直し

②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の提案、総合的な美のためのコーディネート

③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

④ネイルケアやネイルアート

- ⑤新しい手法を採りこんだメイクコース
- ⑥まつ毛エクステンション
- ⑦フェイシャルエステ、エステティックサービス
- ⑧結髪及び着付けの伝統的技術
- ⑨ウエディングドレス着付け
- ⑩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
- ⑪毛髪や化粧品等の知識の提供、顧客層に合った化粧品等の提供
- ⑫在宅や施設の高齢者等への訪問美容
- ⑬高齢者等の来店が困難な顧客の送迎
- ⑭マニュアルを超えた「おもてなしの心（気配り・目配り・心配り）」による温もりのあるサービスの提供

イ 消費者のニーズやライフスタイルの変化等に対応した店づくり

- ①地域の顧客や高齢者等を対象とした地域に根ざした店づくり、ファッションの最先端のサービスの拡充に取り組み店づくり、などの店のコンセプトを踏まえた店づくり
- ②リラクゼーションを重視した店の雰囲気づくり
- ③高齢者や障害者にやさしい店づくり
- ④地域住民が集えるサロンの提供
- ⑤立地条件及び経営方針に照らした営業日及び営業時間の見直し

(3) 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、施設及び設備の改善のため、以下の事項に取り組むことが期待される。

- 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醸成
- ウ 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
- エ 訪問美容のための車両、携帯器具
- オ 高齢者、障害者等に配慮したバリアフリー対策の実施
- カ 節電・省エネルギーの推進
- キ 経営の合理化・効率化のための改善

(4) 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、情報セキュリティの管理に留意しつつ、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用する等、以下の事項に選択的に取り組むことが期待される。

- ア インターネット等の活用による予約の受付、割引サービスの実施、異業種との提携
- イ ホームページの開設等、積極的な情報発信によるプロモーションの促進
- ウ 顧客情報のデータベース化等による適切な管理
- エ ダイレクトメールの郵送や広報チラシの配布
- オ クレジットカード決済、電子決済の導入・普及

(5) 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。

このため、営業者は、全国指導センター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。

(6) 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

1 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、営業者の自立的な経営改革を支援する都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げる事項を中心に積極的な支援に努めることが期待される。

(1) 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こと。

(2) 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営マネジメントの合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に資するための、施設及び設備の改善に関する指導、助言、情報提供等、必要な支援に努めること。

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こと。

- (3) 消費者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こと。
 - (4) 経営マネジメント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こと。さらに、新規開業希望者の増加を踏まえ、関係機関との連携の下に、創業や事業承継における助言・相談の取組の推進が期待される。
 - (5) 営業者及び従業員の技能の向上に関する事項

新しいヘアスタイル、メイク、まつ毛エクステンション、ネイルケア、エステティック、訪問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、着付社内検定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こと。
 - (6) 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こと。
 - (7) 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こと。
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こと。
 - (8) 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こと。
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を努めること。
 - (9) 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を図るために必要な支援に努めること。
- 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

組合との連携を密にして、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。

 - ア 営業者に対する経営改善の具体的指導、助言等の支援
 - イ 消費者からの苦情及び要望の営業者への伝達
 - ウ 消費者の信頼の向上に向けた積極的な取組
 - エ 都道府県(保健所)と連携した組合加入促進に向けた取組
 - (2) 全国指導センター

都道府県指導センターの取組を推進するため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。

 - ア 営業者の経営改革の取り組みに役立つ情報の収集・整理・情報提供
 - イ 危機管理マニュアルの作成
 - ウ 苦情処理マニュアルの作成
 - エ 標準営業約款の登録の促進
 - オ 効果測定の実施及び政策提言機能の強化
 - カ 公衆衛生情報の提供機能の強化
 - (3) 国及び都道府県

美容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、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。

 - ア 美容師法等関係法令の施行業務等を通じた指導監督
 - イ 安全衛生、苦情対応に関する情報提供その他必要な支援
 - (4) 日本政策金融公庫

営業者の円滑な事業実施に資するため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。

 - 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 災害時等における速やかな相談窓口の設置

第五 営業の振興に際し配慮すべき事項

美容業においては、他の生活衛生関係営業と同様に、衛生水準の確保と経営の安定のみならず、営業者の社会的責任として環境の保全や省エネルギーの強化に努めるとともに、時代の要請である少子・高齢化社会等への対応、地域との共生、東日本大震災への対応といった課題に応じていくことが要請される。個々の営業者の取組が中心となる課題と、関係者が営業者を支援することで推進が図られる課題とがある。こうした課題に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。

一 少子・高齢化社会等への対応

1 営業者に期待される役割

営業者は、高齢者や障害者、子育て・共働き世帯が住み慣れた地域社会で安心かつ充実した日常生活を営むことができるよう、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。

- (1) バリアフリー対策の積極的な取組
- (2) 在宅や施設への訪問美容
- (3) 高齢者や障害者に配慮した美容施術の開発
- (4) 子供連れの顧客に対応した店内設備等の改善
- (5) 身体障害者補助犬を同伴する身体障害者等への適切な対応
- (6) 高齢者、障害者、妊産婦等にやさしい環境の整備
- (7) 従業員に対する教育及び研修の充実・強化
- (8) 従業者の育児支援
- (9) 地域社会とのつながりを強化する観点も含めた地域の高齢者・障害者等の積極的雇用の推進
- (10) 受動喫煙の防止

2 組合及び連合会に期待される役割

高齢者、障害者等の利便性を考慮した店舗設計やサービス提供に係る研究の実施

3 日本政策金融公庫に期待される役割

融資の実施等による営業者の支援

二 環境の保全及び省エネルギーの強化

1 営業者に期待される役割

- (1) 省エネルギー対応の空調設備、太陽光発電設備等の導入
- (2) 節電に資するLED照明、蓄電設備等の導入
- (3) 廃棄物の最小化、分別回収の実施
- (4) 薬品、化粧品等の各種容器や廃液、毛髪等の廃棄物の適切な処置
- (5) 温室効果ガス排出の抑制

2 組合及び連合会に期待される役割

- (1) 廃棄物の最小化、分別回収の普及啓発
- (2) 業種を超えた組合間で相互に協力

3 日本政策金融公庫に期待される役割

融資の実施等による営業者の支援

三 地域との共生（地域コミュニティの再生及び強化（商店街の活性化））

1 営業者に期待される役割

営業者は、地域住民に対して美容業の店舗の存在、提供するサービスの内容及び営業の社会的役割・意義をアピールするとともに、地域で増加する生活弱者（高齢者、障害者、子育て・共働き世帯）の新たなニーズに対応し、地域のセーフティネットとしての役割や地域コミュニティの基盤である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るよう、以下に掲げる事項を中心に積極的に取り組むことで、地域コミュニティの再生・強化や商店街の活性化につなげること。

- (1) 地域の街づくりへの積極的な参加
 - ア 祭りや商店街による手作りイベント等共同事業の立案及び参加
 - イ 商店街の活性化を通じた地域生活者の「ふれあい」、「憩い」、「賑わい」の創出
- (2) 「賑わい」、「つながり」を通じた豊かな人間関係（ソーシャル・キャピタル）の形成
- (3) 福祉施設における訪問美容の実施
- (4) 共同ポイントサービス事業、スタンプ事業の実施
- (5) 地域の防犯、消防、防災、自殺防止、交通安全、環境保護活動の推進に対する協力
- (6) 災害対応能力及び危機管理能力の維持向上

2 組合及び連合会に期待される役割

- (1) 地域の自治体等と連携し、社会活動の企画、指導・援助ができる指導者を育成
- (2) 業種を超えた相互協力の推進
- (3) 地域における特色ある取組の支援
- (4) 講習会の開催
- (5) 商店街役員への美容業の若手経営者の登用

四 東日本大震災への対応

東日本大震災は未曾有の国難であり、被災地域における営業再開及び被災営業者の生活の再建と活力ある地域の再生のため、総力を挙げて、東日本大震災からの復旧、将来を見据えた復興への取組を進めていくこと。

1 営業者に期待される役割

- (1) 被災営業者のみならず営業者全体による相互扶助と連携の下での役割発揮
- (2) 被災営業者の営業再開を通じた被災者へのサービスの充実や地域コミュニティの復元
- (3) 節電・省エネへの適切な対応

2 組合及び連合会に期待される役割

- (1) 同業者による支え合い（太い「絆」で再強化）
- (2) 節電啓発や節電行動に対する支援

- (3) 節電に資する共同利用施設（共同蓄電設備等）の設置
- 3 国及び都道府県
 - 東日本大震災を乗り越えて復興を実現し、被災地域のコミュニティの維持回復を図るため、被災業者及び被災組合の意向等を踏まえつつ、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。
 - (1) 被災業者の営業再開のための施策
 - (2) 東日本大震災を教訓とした緊急に実施する必要性が高く、即効性の高い防災、減災等の施策
- 4 日本政策金融公庫に期待される役割
 - 被災業者に対するきめ細やかな相談・支援を通じた低利融資等の実施

◎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。

第一 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こり得る環境にある。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。

第二 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、消費者が安心して、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の醸成、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、営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、めん類の専門店には、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を努めるものとする。

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。

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。

第三 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、成果が期待される。

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。

第一 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ているところである。

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滞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。

第二 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コロナウイルス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快適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の設定、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ギャランティ・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営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、営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、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 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、旅館業法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、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、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。

第三 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、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、組合等が営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、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、地域福祉や地域防災活動への協力、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32年法律第164号）第56条の2第1項の規定に基づき、食肉販売業の振興指針（平成18年厚生労働省告示第18号）の全部を次のように改正し、平成23年4月1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。

第一 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月現在の営業者の規模は、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営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 営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）。

第二 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、組合未加入営業者への加入勧誘、組合未結成の3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。

表1 振興計画の実施状況についての各組合による自己評価

(単位：%)

	事業名	達成	概ね達成	主な事業
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	61	21	・食肉の衛生管理、食中毒予防等に関する講習会の開催 ・衛生管理マニュアルの作成

				・食肉販売店舗への衛生巡回指導
2	施設及び設備の改善に関する事業	18	30	・長引く不況から計画数を上回る施設・設備の改装は見られないが、計画をほぼ達成している
3	消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事業	68	23	・接客、作業に関するマニュアルの作成 ・食肉料理教室の開催 ・牛肉トレーサビリティ法の周知 ・地域で実施されるイベントへの参加
4	経営管理の近代化及び合理化に関する事業	27	32	・経営管理などに関する研究会・講習会の実施
5	営業者及び従業者の技能及び接遇の改善向上に関する事業	34	27	・食肉総菜・自家製ソーセージ等の調理技術講習会の開催 ・接客能力向上のための研修会の開催
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	39	23	・食肉（枝肉）の共同購入の実施 ・お肉のギフト券等の共同利用券の販売 ・共同開発商品の販売（飛騨牛コロケ、京都牛カレー等）
7	取引関係の改善に関する事業	39	18	・食肉卸売業者、食肉加工メーカー、食肉加工機械メーカー等との情報交換のための懇談会の開催
8	従業者の福祉の充実に関する事業	45	27	・各種共済制度の加入促進 ・年金基金への加入促進
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	23	27	・後継者育成支援のための講習会の実施 ・食肉学校への入学を勧める資料を組合員へ配布
10	環境の保全及びリサイクル対策の推進に関する事業	9	14	（半分程度実施を含めても43%、未実施が41%で振興計画中最低の評価） ・食品リサイクルや容器包装リサイクルに関する講習会の開催
11	少子高齢社会への対応に関する事業	27	16	（未実施も27%と高い） ・高齢者向けメニューの講習会を消費者を対象に実施
12	食育への対応に関する事業	45	30	・「食肉と健康」、「食肉の安全性」について消費者を対象とした講習会の開催
13	地域との共生に関する事業	61	23	・地域で実施されるイベントへの参加 ・地域のブランド牛等の試食を実施し、地産地消の普及を推進

第三 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

食肉販売業の営業者は、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、各々の営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営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、営業者にとどまらず、生産者、卸売業者、食肉販売業の営業者が、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感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か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。

第四 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・従業者の技能向上
 - 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

第五 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添え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

(別表1) 食肉販売業の営業者等の利用できる施設設備 (平成23年4月1日現在)

貸付対象者	施設又は設備
営業者	
衛生設備〔特利③〕	・ 蒸気噴霧掃除機
省エネルギー設備〔特利③〕	・ 太陽熱利用冷温熱装置 ・ 太陽光発電設備 ・ 風力発電設備
省エネルギー設備〔特利②〕	・ 建築物の省エネルギー性能向上に資する設備、機器および建築材料 ・ クリーンエネルギー自動車
振興設備 〔特利③又は特利③-0.15%〕	・ 店舗等(建築基準法でいう増・改築等及び建物の賃借に要する敷金、権利金、保証金等とする。) ・ 冷凍(蔵)設備(冷凍庫、冷凍庫及び冷凍(蔵)ショーケースをいう。) ・ 空気調和設備 ・ 解凍庫 ・ 作業用設備 ・ 揚(焼)物機器 ・ 計量器 ・ 仕入・配送用車両 ・ 真空包装機 ・ ソーセージ製造器 ・ 情報近代化設備(コンピューター、コンピューターに接続する周辺機器、ソフトウェア及び電子商取引関連設備等をいう。) ・ 全自動手指洗浄消毒器 ・ 防犯設備 ・ AED(自動体外式除細動器)
組合	
振興設備〔特利③〕	・ 研修施設(土地及び附属設備を含む。) ・ 共同冷凍庫(土地及び附属設備を含む。) ・ 共同配送用保冷車両 ・ 共同食肉処理場(土地及び附属設備を含む。) ・ 共同情報近代化設備(共同デビットカード関連機器を含む。)

※特利②=基準利率-0.65% 特利③=基準利率-0.9%

金利については、財投金利を元に毎月改定されます。

※基準利率2.25%(平成23年1月17日現在)

(別表2) 食肉販売業に係る融資の概要 (平成23年4月1日現在)

貸付条件等	会社及び個人
貸付対象	振興計画認定組合の組合員
貸付限度額	・ 設備資金 1億5,000万円 ・ 運転資金 5,700万円(設備資金と別枠)
貸付使途 (貸付利率)	・ 設備資金 衛生設備(特利③): 一般貸付と共通 省エネルギー設備(特利②, ③): 一般貸付と共通 振興事業特定施設(特利③又は特利③-0.15%) その他の設備(基準利率) ・ 運転資金 営業振興運転資金(基準利率, 基準利率-0.15%)
貸付期間	・ 設備資金: 原則18年以内 ・ 運転資金: 5年以内(特に必要な場合7年以内)
担保・保証人	・ 担保: 必要に応じて徴する。 ・ 保証人: 原則1名以上
貸付条件等	組合等
貸付対象	・ 振興計画の認定を受けている生活衛生同業組合及び同小組合 ・ 厚生労働大臣が振興指針を告示した業種に係る生活衛生同業組合連合会
貸付限度額	○生活衛生同業組合 ・ 設備資金及び共同購入運転資金: 2億1,600万円

	<ul style="list-style-type: none"> ・営業振興運転資金：4,000万円 ・振興事業運転資金：9,000万円 <p>○同小組合</p> <ul style="list-style-type: none"> ・設備資金及び共同購入運転資金：8,000万円 ・営業振興運転資金，振興事業運転資金：4,000万円 <p>○同連合会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業振興運転資金：4,000万円 ・振興事業運転資金：9,000万円
貸付用途 (貸付利率)	<p>○設備資金</p> <p>生活衛生関係営業を営む場合：「会社及び個人」に同じ。 上記以外の組合事業（生活衛生同業組合連合会を除く。）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・共同利用設備資金（基準利率，特利③）：共同冷凍庫，共同配送用保冷車両等 ・研究設備資金（基準利率）：一般貸付に同じ <p>○運転資金</p> <p>生活衛生関係営業を営む場合：「会社及び個人」に同じ。 上記以外の組合事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・共同購入運転資金（基準利率）：一般貸付に同じ。 ・振興事業運転資金（基準利率）：認定を受けた振興計画に基づく振興事業を実施するために必要な資金及び生活衛生同業組合連合会が振興指針に係る指導事業を行うために要する資金
貸付期間	「会社及び個人」に同じ。ただし共同購入運転資金は5年以内
担保・保証人	「会社及び個人」に同じ。

◎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24年3月23日
厚生労働省告示第148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（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19年厚生省告示第24号）の全部を次のように改正し、平成24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が食品衛生法（昭和22年法律第233号）等の衛生規則に的確に対応しつつ、現下の諸課題に適切に対応することにより、経営の安定及び改善を図り、もって国民生活の向上に資するよう飲食店営業及び喫茶店営業の振興指針を策定する。本指針は、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。以下「衛生法」という。）第56条の2第1項に基づき定めるものである。

本指針の作成にあたっては、営業者、生活衛生同業組合（以下「組合」という。）等の前期間での事業実施状況を踏まえ、予算措置（補助金）、金融措置（融資）、税制措置等の制度やこれらの改革の内容を新たに加えるとともに、営業者、組合等が当該支援制度の具体的な活用にあたって理解を深められるよう、実践的かつ戦略的な指針として全部改正を行った。

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、新たな衛生上の課題や経済社会情勢の変化、営業者及び消費者等のニーズを反映して、適時かつ適切に指針を改定するものとする。

第一 飲食店営業及び喫茶店営業を取り巻く状況

一 飲食店営業及び喫茶店営業の事業者数の動向

飲食店営業の許可を受けた施設数は全国で1,419,489施設（平成23年3月末現在）、喫茶店営業の許可を受けた施設数は全国で270,933施設（平成23年3月末現在）であり、10年前と比較してそれぞれ125,231施設の減、6,993施設の増となっている。平成19年度から22年度までの営業許可・使用確認新規件数は飲食店営業で630,639施設、喫茶店営業119,488施設、平成19年度から22年度までの営業廃止・営業取消件数は飲食店営業で707,630施設、喫茶店営業141,957施設といずれも営業廃止・営業取消件数が営業許可・使用確認新規件数を上回っている（厚生労働省『衛生行政報告例』による。）。
一般飲食業では、従業者数5人未満の零細事業者が14.4%、経営者の年齢が60歳から69歳の割合が39.5%、経営者の年齢が70歳以上の割合が22.4%で、経営者の年齢が60歳以上の割合が61.9%となっている。

中華料理業では、従業者数5人未満の零細事業者が22.2%、経営者の年齢が60歳から69歳の割合が31.2%、経営者の年齢が70歳以上の割合が8.0%で、経営者の年齢が60歳以上の割合が39.2%となっている。

料理業では、従業者数5人未満の零細事業者が30.5%、経営者の年齢が60歳から69歳の割合が32.7%、経営者の年齢が70歳以上の割合が14.5%で、経営者の年齢が60歳以上の割合が47.2%となっている。

社交業では、従業者数5人未満の零細事業者が24.9%、経営者の年齢が60歳から69歳の割合が33.1%、経営者の年齢が70歳以上の割合が13.0%で、経営者の年齢が60歳以上の割合が46.1%となっている。

喫茶店営業では、従業者数5人未満の零細事業者が17.4%、経営者の年齢が60歳から69歳の割合が30.6%、経営者の年齢が70歳以上の割合が10.8%、経営者の年齢が60歳以上の割合が41.4%となっている。

経営上の課題としては（複数回答）、飲食店営業及び喫茶店営業の全ての業種において「客数の減少」を最も多くあげており、次に多い問題点としては、「材料費の上昇」、「客単価の減少」、「光熱費の上昇」、「燃料費の上昇」等となっている（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

平成22年の1世帯あたり（2人以上の世帯）の外食支出は160,230円で、前年比1,084円の減であった。主な外食支出の内訳は、中華そばが5,731円、和食が21,622円、中華食が4,634円、洋食が16,993円、喫茶代が5,143円となっている（総務省『家計調査報告』による。）。
平成22年の飲食店営業及び喫茶店営業の市場規模は149,649億円で、前年比128億円増であった。主な市場規模の内訳は、食堂・レストランが89,301億円、その他の飲食店が13,690億円、喫茶店が10,104億円となっている（財団法人食の安全・安心財団附属機関外食産業総合調査研究センター『平成22年外食産業市場規模推計』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。）が行った『生活衛生関係営業の東日本大震災等による影響及び価格の動向（平成23年7～9月期）』で飲食業の販売価格の動向を見ると、「販売価格を引き下げた」割合が7.4%となっている。

これら販売価格（客単価）の下落は、大手チェーンストア及び中食（なかしょく）市場との厳しい競争環境等を背景としていることが伺えるが、「販売価格の引き下げにより客数は増加」は15.1%にとどまっている。

また、東日本大震災の影響により、平成23年度前半は外食支出のマイナス基調が見られたものの、消費自粛の緩和から徐々に回復基調が見られているが、所得環境や雇用環境など外部環境の懸念もあり、依然として厳しい経営環境が続く見通しである。

三 営業者の考える今後の経営方針

厚生労働省が行った『生活衛生関係営業経営実態調査』によれば、営業者の考える今後の経営方針として、一般飲食業では「食事メニューの工夫」が48.9%、「価格の見直し」が25.2%、「接客サービスの充実」が22.2%、「廃業」が18.1%、中華料理業では「食事メニューの工夫」が50.7%、「接客サービスの充実」が36.7%、「広告・宣伝等の強化」が21.2%、「価格の見直し」が17.4%、料理業では「食事メニューの工夫」が56.3%、「接客サービスの充実」が46.4%、「価格の見直し」が26.1%、「広告・宣伝等の強化」が22.1%、社交業では「接客サービスの充実」が58.0%、「食事メニューの工夫」

が25.1%、「価格の見直し」が21.5%、「広告・宣伝等の強化」が21.2%、喫茶店営業では「食事メニューの工夫」が42.2%、「接客サービスの充実」が31.4%、「価格の見直し」が25.1%であった。

また、日本政策金融公庫が行った『飲食店の経営取り組みと消費者意識調査』によれば、販売促進に向けた集客への取り組みとしては「ロコミ」が、店内の雰囲気・居心地の向上に向けた取り組みとしては「店内の清潔さ」が、コスト削減の取り組みとしては「原材料の見直し」が、人材育成の取り組みとしては「職場の雰囲気づくり」が、それぞれ最も多くなっている。

第二 前期の振興計画の実施状況

組合については、平成22年12月末現在で、一般飲食業が36都府県、中華料理業が21都道府県、料理業が30都道府県、社交業が38都道府県、喫茶店営業29都道府県で設立されている。

振興計画については、平成24年1月25日現在で、一般飲食業が36都府県、中華料理業が20都道府県、料理業が28都道府県、社交業が38都道府県、喫茶店営業28都道府県で認定されている。

この振興計画を策定している組合に加入している営業者は、基礎的な事業活動を支える金融・税制措置として、日本政策金融公庫を通じた特別利率による設備資金及び運転資金の貸付や組合が特別償却制度を用いて取得した共同利用施設を利用することができる。

平成19年度から23年度までの5か年の振興計画を策定している組合が、4か年終了時である平成22年度末に実施した自己評価は表1から表5のとおりであるが、各組合の積極的な取り組みの結果、計画内容の相当程度の達成が見受けられるが、少子・高齢化社会への対応に関する事業など一部の項目については達成の割合が小さくなっている。

なお、組合が実施する事業の一部については、政策的見地から生衛法に基づき国による予算措置（補助金）の対象とされているが、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を踏まえ、国による予算措置（補助金）については、政策目的の達成状況の検証と事業の適切かつ効果的な実施の観点から、予算執行過程において「生活衛生関係営業の振興に関する検討会」の下に「生活衛生関係営業対策事業費補助金審査・評価会」が設けられ、審査から評価まで一貫して行われるなど必要な見直し措置が講じられている。

このため、組合及び生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）において振興計画に基づき事業を実施する際は、成果目標や事業目標を可能な限り明確化するなどし、達成状況の評価を行っていくことが必要である。

組合及び連合会においては、振興指針、振興計画の内容について広く広報を図り、組合未加入営業者への加入勧誘及び組合未結成地域の営業者への組合結成の支援を図ることが期待されている。

組合への加入、非加入は、営業者の任意であるが、生衛法の趣旨、組合の活動内容等を詳しく知らされていない新規開設者等の営業者がいることも考えられるため、都道府県（保健所）への営業の許可申請、届出等の際に、営業者に対して、生衛法の趣旨、関係する組合の内容、所在地、連絡先等について情報提供を行うよう、「新規に開設する生活衛生関係営業者に対する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に係る情報提供について」（平成23年7月26日健衛発0726第1号厚生労働省健康局生活衛生課長通知）が通知されている。

また、振興計画を未作成の組合に対して、営業者の営業の振興が計画的に推進され、日本政策金融公庫からの貸付に有利な条件が適用されるよう、「振興計画を未作成の生活衛生同業組合に対する指導について」（平成23年7月17日健衛発0517第1号厚生労働省健康局生活衛生課長通知）が通知されている。

表1 振興計画の実施状況についての各組合による自己評価（一般飲食業）

（単位：％）

	事業名	達成	概ね達成	主な事業
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	49%	40%	・食品管理、衛生管理等に関する講習会の開催 ・衛生管理の調査研究 ・苦情処理への対応 ・衛生マニュアルの作成
2	施設及び設備の改善に関する事業	23%	34%	・消費者動向の不透明感が下押し要因となっているなか、店舗特性を踏まえた改装や省エネ対応の設備の導入投資が見られ、計画を概ね達成している割合が高くなっている
3	消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事業	23%	57%	・標準営業約款制度の広報 ・ホームページ・情報誌による情報提供 ・苦情処理相談窓口の設置 ・地域イベントへの参加 ・賠償責任への加入促進 ・経営改善講習会、各種研修会の開催 ・経営相談会の開催、携帯サイトの構築
4	経営管理の近代化及び合理化に関する事業	34%	54%	・経営改善講習会、各種研修会の開催 ・経営相談会の開催、携帯サイトの構築
5	営業者及び従業者の技能の向上に関する事業	17%	46%	・ヘルシーメニュー開発等調理技術講習会の開催 ・調理技術競技大会の開催 ・調理師・ふぐ調理師免許取得の推進
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	20%	26%	・共通食材・調理器具等の展示会・商談会の開催 ・共同飲食券の販売 ・割引宿泊券の配布 ・共同購入の実施

7	取引関係の改善に関する事業	49%	31%	・ 商社及び設備機器メーカー等との情報交換会の開催
8	従業員の福祉の充実に関する事業	34%	43%	・ 共済制度の加入促進 ・ 優良従業員の表彰 ・ 定期健康診断の実施 ・ 労働条件等見直し・整備の啓蒙
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	14%	48%	・ 後継者育成支援のための講習会の実施 ・ 事業承継に係る経営相談会の実施
10	食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事業	37%	51%	・ 機関誌・ホームページ・パンフレット等による情報提供 ・ 研究会・講習会の開催
11	環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進に関する事業	23%	51%	・ 割り箸・食用油回収に向けた説明会の開催 ・ エコバックの作成・配布 ・ 食品循環資源の再生利用に関する講習会・協議会の開催
12	少子・高齢化社会への対応に関する事業	6%	43%	・ 高齢者向けメニューの開発推進 ・ 宅配サービス講習会の開催 ・ バリアフリー改装に向けた指導 ・ 高齢者施設での食事提供事業
13	食育への対応に関する事業	20%	63%	・ 親子料理教室の開催 ・ 機関紙・ホームページ・パンフレット等による情報提供 ・ 食育に関する講習会の開催 ・ 保健所等による講習会への参加
14	禁煙等に関する対策に関する事業	34%	52%	・ 飲酒運転防止対策のポスター・ステッカーの作成及び配布 ・ 講習会（飲酒運転防止・受動喫煙防止）の開催
15	地域との共生に関する事業	40%	43%	・ 地域イベント（祭り・交通安全教室・物産展等）への参加 ・ 地元住民を対象とした地産地消メニュー講習会の開催 ・ 地域における防犯活動の協力（監視カメラの設置等）

表2 振興計画の実施状況についての各組合による自己評価（中華料理業）

（単位：％）

	事業名	達成	概ね達成	主な事業
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	35%	45%	・ 食品管理、衛生管理等に関する講習会の開催 ・ パンフレット・情報誌による情報提供
2	施設及び設備の改善に関する事業	30%	4%	・ 消費者動向の不透明感が下押し要因となっているなか、店舗特性を踏まえた改装や省エネ対応の設備の導入投資が見られる
3	消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事業	40%	30%	・ 割引クーポン券の配布 ・ ホームページ・情報誌による情報提供 ・ 苦情処理相談窓口の設置 ・ 中華まつりの実施 ・ 賠償責任保険への加入促進 ・ 中華料理教室の開催 ・ 講習会の開催
4	経営管理の近代化及び合理化に関する事業	35%	35%	・ 経営管理講習会、各種研修会の開催 ・ 経営相談・税務相談会の開催 ・ 機関誌・ホームページ等による情報提供
5	営業者及び従業員の技能の向上に関する事業	45%	25%	・ 新メニュー開発等調理技術講習会の開催 ・ 組合員の技術水準の向上を目的とした研修会の開催 ・ 調理師免許取得の推進
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	30%	25%	・ 共通食材・調理器具等の展示会・商談会の開催 ・ のぼり旗・謝恩サービス券の配布 ・ 共同購入の実施
7	取引関係の改善に関する事業	35%	35%	・ 商社及び設備機器メーカー等との情報交換会の開催
8	従業員の福祉の充実に関する事業	40%	30%	・ 社会保険・共済制度の加入促進 ・ 優良従業員の表彰 ・ 定期健康診断の実施 ・ 最低賃金制度の周知
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	30%	35%	・ 後継者育成支援のための講習会の実施 ・ 事業承継に係る経営相談会の実施 ・ 出前授業の実施
10	食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事業	50%	20%	・ 機関誌・ホームページ・パンフレット等による情報提供 ・ 研究会・講習会の開催

11	環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進に関する事業	25%	25%	・ 割り箸・食用油回収に向けた説明会の開催 ・ パンフレット等の作成・配布 ・ 食品循環資源の再生利用に関する講習会・協議会の開催
12	少子・高齢化社会への対応に関する事業	20%	20%	・ 高齢者等向けメニューの開発推進 ・ 介護資格取得の推進 ・ バリアフリー改装に向けた指導 ・ 高齢者施設での食事提供事業 ・ 補助犬同伴ステッカーの配布
13	食育への対応に関する事業	25%	15%	・ 料理教室の開催 ・ 機関誌・ホームページ・ポスター等による情報提供 ・ 食育に関する講習会の開催 ・ 食育ボランティアへの登録 ・ 地域行事（健康フェスタ等）への参加
14	禁煙等に関する対策に関する事業	20%	10%	・ 飲酒運転防止対策のポスター・ステッカーの作成及び配布 ・ 講習会（飲酒運転防止・受動喫煙防止）の開催 ・ 機関誌・ホームページ・ポスター等による情報提供
15	地域との共生に関する事業	40%	25%	・ 地域イベント（24時間テレビ・まつり・B級グルメ・商店街等）への参加 ・ 地元住民を対象とした地産地消メニュー講習会の開催 ・ 福祉施設での食事提供 ・ 募金活動の実施

表3 振興計画の実施状況についての各組合による自己評価（料理業）

(単位：%)

	事業名	達成	概ね達成	主な事業
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	42%	42%	・ 食品管理、衛生管理等に関する講習会の開催 ・ 衛生マニュアルの作成・配布 ・ インターネットによる情報提供 ・ 特別相談員による巡回指導
2	施設及び設備の改善に関する事業	19%	31%	・ 消費者動向の不透明感が下押し要因となっているなか、店舗特性を踏まえた改装や省エネ対応の設備の導入投資が見られ、計画を概ね達成している割合が高くなっている
3	消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事業	27%	42%	・ おもてなし・接客講習会の開催 ・ ホームページ・情報誌による情報提供 ・ 苦情処理相談窓口の設置 ・ デビットカード関連機器の導入促進 ・ 賠償責任保険への加入促進 ・ 消費者アンケートの実施
4	経営管理の近代化及び合理化に関する事業	23%	42%	・ 経営改善講習会、各種研修会の開催 ・ 税務相談・経営相談会の開催
5	営業者及び従業者の技能の向上に関する事業	35%	46%	・ 新メニュー開発等調理技術研修会の開催 ・ 産地食材の試食サンプル会の開催 ・ 調理師・ふぐ調理師免許取得の推進 ・ 献立研究会の開催
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	15%	35%	・ ホームページによる組合員店舗の宣伝 ・ デパートへの共同出店 ・ 共同購入の実施
7	取引関係の改善に関する事業	27%	46%	・ 商社及び設備機器メーカー、ホームページ制作会社等との情報交換会・商談会の開催
8	従業者の福祉の充実にに関する事業	27%	35%	・ 共済制度の加入促進 ・ 法定労働時間等への対応 ・ 定期健康診断の実施 ・ 最低賃金制度の周知 ・ 優良従業員の表彰
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	38%	35%	・ 後継者育成支援のための研究会の実施 ・ 事業承継に係る経営セミナー等への講師派遣 ・ 繁盛店の視察
10	食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事業	15%	54%	・ 機関誌・ホームページ・パンフレット等による情報提供 ・ 研究会・講習会の開催
11	環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進に関する事業	11%	38%	・ 環境保全・食品循環資源の再生利用に関する広報 ・ 食品循環資源の再生利用に関する講習会・協議会の開催

12	少子・高齢化社会への対応に関する事業	12%	35%	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者向け献立の作成 ・宅配サービス研修会の開催 ・バリアフリー対策に係る研修会の開催 ・高齢者施設での食事提供事業
13	食育への対応に関する事業	23%	27%	<ul style="list-style-type: none"> ・郷土料理教室、親子料理教室の開催 ・郷土料理の伝承 ・食育に関する講習会の開催 ・カロリー表示付き会席料理のリーフレットの作成・配布
14	禁煙等に関する対策に関する事業	27%	35%	<ul style="list-style-type: none"> ・ポスター・ステッカーの作成及び配布 ・講習会・研究会（飲酒運転防止・受動喫煙防止）の開催 ・キャンペーンへの協力 ・アンケート調査の実施 ・広報誌等による情報提供
15	地域との共生に関する事業	27%	35%	<ul style="list-style-type: none"> ・地域イベント（街おこし・商店街事業等）への参加 ・ひなまつり会席料理の創作 ・暴力団追放銃器根絶運動の会議への参加 ・災害時における飲料水、備蓄食材の提供等の検討

表4 振興計画の実施状況についての各組合による自己評価（社交業）

（単位：％）

	事業名	達成	概ね達成	主な事業
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	33%	39%	<ul style="list-style-type: none"> ・食品管理、衛生管理等に関する講習会の開催 ・衛生管理の調査研究 ・賠償責任保険への加入促進
2	施設及び設備の改善に関する事業	20%	33%	<ul style="list-style-type: none"> ・消費動向の不透明感が下押し要因となっているなか、店舗特性を踏まえた改装や省エネ対応の設備の導入投資が見られ、計画を概ね達成している割合が高くなっている
3	消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事業	22%	36%	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者アンケートの実施 ・ホームページ・情報誌による情報提供 ・苦情処理相談窓口の設置 ・研究会の実施 ・賠償責任保険への加入促進 ・小冊子作成・配布 ・携帯サイトの構築
4	経営管理の近代化及び合理化に関する事業	31%	39%	<ul style="list-style-type: none"> ・経営者育成セミナー、各種研修会の開催 ・経営相談会の開催 ・特別相談員による巡回指導
5	営業者及び従業者の技能の向上に関する事業	14%	36%	<ul style="list-style-type: none"> ・ヘルシーメニュー開発等調理技術講習会の開催 ・接客マニュアルの作成・配布 ・調理師免許取得の推進
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	20%	19%	<ul style="list-style-type: none"> ・共通食材・調理器具等の展示会・商談会の開催 ・ドリンクラリーの開催 ・タクシーチケットの販売 ・共同購入の実施 ・試飲会の実施
7	取引関係の改善に関する事業	39%	34%	<ul style="list-style-type: none"> ・商社及び設備機器メーカー等との情報交換会の開催
8	従業者の福祉の充実にに関する事業	22%	31%	<ul style="list-style-type: none"> ・共済制度の加入促進 ・優良従業員の表彰 ・定期健康診断の実施 ・労働条件等見直しの啓蒙 ・法定労働時間等への対応
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	22%	25%	<ul style="list-style-type: none"> ・後継者育成セミナーの実施 ・経営相談会の実施 ・青年部の立上げ
10	食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事業	39%	36%	<ul style="list-style-type: none"> ・機関誌・ホームページ・パンフレット等による情報提供 ・研究会・講習会の開催 ・暴力団追放パレードの実施 ・ピンクチラシ配布防止のための巡回
11	環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進に関する事業	25%	28%	<ul style="list-style-type: none"> ・環境保全・食品循環資源の再生利用に関する広報 ・食品循環資源の再生利用に関する講習会・協議会の開催

12	少子・高齢化社会への対応に関する事業	11%	22%	・高齢者・女性向けメニューの開発推進 ・身体障害者補助犬講習会の開催 ・バリアフリー対策の推進 ・夜間保育所の紹介
13	食育への対応に関する事業	11%	25%	・機関誌・ホームページ・パンフレット等による情報提供 ・食育に関する講習会の開催
14	禁煙等に関する対策に関する事業	22%	39%	・飲酒運転防止対策のポスター・ステッカーの作成及び配布 ・講習会（飲酒運転防止・受動喫煙防止）の開催 ・飲酒運転防止の街頭行事の参加
15	地域との共生に関する事業	50%	34%	・暴力団排除活動講習会への参加 ・客引き防止のための夜回り ・防犯パトロールの実施 ・迷惑タクシーの苦情受け付け

表5 振興計画の実施状況についての各組合による自己評価（喫茶店営業）

(単位：%)

	事業名	達成	概ね達成	主な事業
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	46%	35%	・食品管理、衛生管理等に関する講習会の開催 ・衛生管理に係るパンフレット等の作成・配布 ・自主管理の徹底
2	施設及び設備の改善に関する事業	8%	31%	・消費者動向の不透明感が下押し要因となっているなか、店舗特性を踏まえた改装や省エネ対応の設備の導入投資が見られ、計画を概ね達成している割合が高くなっている
3	消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事業	35%	27%	・接客マニュアルの作成 ・ホームページ・情報誌による情報提供 ・消費者アンケートの実施 ・新商品試食会・勉強会の実施 ・賠償責任保険への加入促進 ・携帯サイトへの構築
4	経営管理の近代化及び合理化に関する事業	42%	19%	・経営改善講習会、各種研修会の開催 ・税務相談・経営相談会の開催
5	営業者及び従業者の技能の向上に関する事業	31%	27%	・調理師技術講習会の開催 ・外国語表現集発行によるおもてなし力の向上 ・調理師免許取得の推進
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	19%	23%	・共通食材・調理器具等の展示会の開催 ・共同購入の実施
7	取引関係の改善に関する事業	38%	31%	・商社及び設備機器メーカー等との情報交換会の開催
8	従業者の福祉の充実に関する事業	27%	31%	・共済制度の加入促進 ・優良従業員の表彰 ・定期健康診断の実施 ・労働条件等見直しの啓蒙
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	42%	27%	・後継者育成支援のための講習会の実施 ・事業承継に係る経営相談会の実施 ・若手経営者の理事への積極的登用
10	食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事業	38%	35%	・機関誌・ホームページ・パンフレット等による情報提供 ・研究会・講習会の開催
11	環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進に関する事業	15%	35%	・環境保全・食品循環資源の再生利用に関する広報 ・食品循環資源の再生利用に関する講習会・協議会の開催 ・みどりの募金事業の実施
12	少子・高齢化社会への対応に関する事業	8%	27%	・高齢者向けメニューの開発推進 ・各種講習会の開催 ・バリアフリー対策の推進 ・高齢者施設への慰問 ・お見合いパーティーの開催
13	食育への対応に関する事業	23%	31%	・機関誌・ホームページ・パンフレット等による情報提供 ・食育に関する講習会の開催
14	禁煙等に関する対策に関する事業	27%	46%	・飲酒運転防止・受動喫煙防止対策のポスター・ステッカーの作成及び配布・講習会（飲酒運転防止・受動喫煙防止）の開催
15	地域との共生に関する事業	46%	27%	・地域イベント（チャリティ祭り・ドリンクラリー等）への参加

			<ul style="list-style-type: none"> ・地域の食材を使用した試食会の開催 ・地域における防犯活動の協力（青少年補導員としてパトロール） ・歳末助け合い募金の実施 ・老人福祉への寄贈
--	--	--	--

第三 飲食店営業及び喫茶店営業の振興の目標に関する事項

一 営業者の直面する課題と地域社会から期待される役割

飲食店営業及び喫茶店営業の営業者は、国民生活に欠かせない位置を占めており、食生活の充実や交友・団らん等の場として大いに貢献するとともに、人的サービスの比重が高い産業として、生活者の日常生活に溶け込んで発展してきた。こうした重要な機能を引き続き担えるよう、衛生課題に適切に対応しつつ、各々の営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、買い物弱者になり易いことが危惧される高齢者や障害者、子育て・共働き世帯等の増加による新たなニーズに的確に対応することで、飲食店営業及び喫茶店営業の営業者の地域住民が日常生活を送るために必要なセーフティーネットとしての役割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24年度から平成28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、食中毒等食品衛生上の問題防止のような営業者の地道な取り組みが中心となる課題と、口蹄疫やウシ伝達性海綿状脳症（BSE）問題、原産地偽装への対応のような、営業者にとどまらず、保健所等衛生関係機関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。）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、一定水準の衛生管理をしている営業者の場合、頻繁に発生するものではないことから、発生防止に必要な費用及び手間について判断しにくい特質があるが、一旦、調理及び調製並びに流通の過程において細菌等の汚染により食中毒等食品衛生上の問題が生じた場合、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ことから、日頃からの地道な衛生管理の取り組みが重要である。

また、個々の営業者の問題にとどまらず、業界全体に対する信頼を損ねることにもつながることから、組合及び連合会には、組合員、非組合員双方の営業者が食品の安全性の確保に関する自覚と責任感を持ち、衛生水準の向上が図られるよう、継続的に知識及び意識向上に資する普及啓発や適切な指導及び支援に努めることが求められる。

とりわけ、零細な営業者は重要な公衆衛生情報の把握が困難となる場合が考えられ、また、大規模チェーン店では経費節減を目的として衛生確保が損なわれないよう注意が必要であるため、これら営業者に対する組合加入の促進や公衆衛生情報の提供が円滑に行われることが期待される。

2 経営方針の決定と消費者・地域社会への貢献

経済の停滞と人口減少・少子高齢化により国内市場が縮小する一方、大手資本等による大型店、チェーン店、コンビニエンスストア等の進出により競争は激化し、低価格化が進んでおり、営業者を取りまく経営環境は厳しくなっている。営業者には、消費者ニーズを的確に把握し、創意工夫を凝らして経営展開をしていくことが求められる。

人口減少・少子高齢化及び過疎化の進展は、営業者の経営環境を厳しくする一方、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そのものを弱体化させる側面があることから、高齢者や障害者、子育て・共働き世帯等が身近な買い物に不便・不安を感じさせる、いわゆる「買い物弱者」の問題を顕在化させる。地域に身近な飲食店、喫茶店等の営業者には、地域社会に必要な商品・サービスを提供することで、買い物弱者になりがちな高齢者等から頼られる位置づけを確立し、中長期的な経営基盤の強化につながることが期待される。

具体的には、地域住民に身近な営業者として、対面販売の強み等を活かし、一人ひとりの顧客の要望に対応した独自メニューの提供など付加価値を高めた商品を提供したり、宅配サービスや持ち帰り等「中食」に重点を置いて弁当・惣菜類の販売を強化することが考えられる。

高齢化の進展は、シニア層向けのサービス需要の拡がりにもつながる。シニア層は、若年層に比べて行動範囲が狭まる一方、長年のライフスタイルへのこだわりが強く、規格品の大量販売の手法（マス・マーケティング）が通じにくい傾向がある。このため、企業体力で劣勢の地域の生活衛生関係営業者であっても、小規模専門店としての個性と顔なじみの「おもてなしの心」をもって地域密着型で顧客を捉えることで、成功することが期待できる市場である。

具体的には、飲食店及び喫茶店には、総カロリーや塩分の表示、健康状態に合わせた料理の提供、平日の昼の時間帯での宴会の受入れ、シニア層が気軽に集える「場」の提供等、シニア層の需要に応じたサービスを積極的に開発していく経営戦略が求められる。

こうした新たな買い物機能やシニア層向けのサービスの開発・提供は、単に売上げを伸ばすだけでなく、地域社会が抱える問題の課題解決や地域経済の活性化にも貢献するものであり、こうした取り組みを通じた経営基盤の強化により、大規模店との差別化にもつながるものと期待できる。

3 税制及び融資の支援措置

飲食店営業及び喫茶店営業の組合又は組合員には、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。

税制措置については、組合が共同利用施設を取得した場合の特別償却制度が設けられており、組合において共同配送用車輛及び共同蓄電設備の購入時や組合の会館を建て替える際などに活用することができる。

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（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（別表2）、平成24年度予算（案）においても、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資資金を借りた場合、より低い低利融資の仕組み（振興事業促進支援融資制度）が設けられており、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 補助金による支援措置

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に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、独自の財源や国から受ける生活衛生関係営業対策事業費補助金を活用して実施することが期待される。

事業の実施に際しては、効率性（費用対効果）及び有効性の観点から、計画期間に得られる成果目標を明確にしながら事業の企画立案・実施を行い、得られた成果については適切に効果測定する等、事業の適切かつ効果的な実施に努めることが求められる。

また、事業効果を最大限発揮し事業成果を広く国民や社会に還元できるように、都道府県指導センター、保健所等衛生関係機関、日本政策金融公庫支店等との連携及び調整を行うことが期待される。

2 都道府県指導センター及び日本政策金融公庫に期待される役割

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に鑑み、都道府県指導センター及び日本政策金融公庫において、営業者へのきめ細かな相談・指導その他必要な支援を行うなどし、予算措置（補助金）、金融措置（融資）、税制措置等の有効的な活用を図ることが期待される。

とりわけ、金融措置（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、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握及び分析に努め、関係団体に情報提供するとともに、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た営業者への支援の観点から、融資に係るきめ細かな相談・指導及び融資手続きの簡素化を行うことが期待される。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ことから、本指針の内容を踏まえ、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 国及び財団法人全国生活衛生営業指導センターの役割

国及び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。）においては、公衆衛生の向上及び営業の健全な振興を促す観点から、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。また、予算措置（補助金）、金融措置（融資）、税制措置を中心とする政策支援措置については、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に、安定的に所要の措置を講じるとともに、制度の活性化に向けた不断の改革の取り組みが必要である。

また、全国指導センターにおいては、地域で孤立する小規模営業者及び大規模チェーン店に対する組合加入の働きかけや公衆衛生情報の提供機能の強化について、関係の組合及び連合会と連携を取った取り組みが求められる。

第四 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

飲食店営業及び喫茶店営業の目標を達成するために必要な事項としては、次に掲げるように多岐にわたるが、営業者においては、衛生水準の向上等のために必須で取り組むべき事項と、戦略的経営を推進するために選択的に取り組むべき事項の区別を行うことで、課題解決と継続的な成長を可能にし、国民の食生活の向上に貢献することが期待される。

また、組合及び連合会においては、組合員である営業者の指導・支援並びに消費者の飲食店営業及び喫茶店営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。

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 食品衛生法等の関係法令の遵守
- イ 食品衛生に関する専門的な知識の取得
- ウ 食品衛生責任者の活用
- エ 使用する器具の衛生管理の改善
- オ 店舗及び従業員の清潔確保、手洗いの励行
- 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 衛生管理状況の自主点検と点検結果の店内表示

(2) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

- ア 定期的かつ適切な自店の施設及び設備の衛生面の改善
- イ 衛生的な食材の調理及び調製に必要な設備の整備

2 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り組みが前提であるが、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、経営改革に積極的に取り組むことが期待される。

(1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

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。特に、小規模経営の店舗では、経営手法が固定的になりやすく、経営改革に取り組むことが重要であることから、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

- ア 自店の立地条件、顧客層、資本金、経営能力、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 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の積極的活用

(2) サービスの見直し及び向上に関する事項

消費者のニーズ変化に的確に対応し、消費者が安心して利用できるよう、業種業態に合ったサービスの充実に努め、消費者の満足度を向上させることが重要であることから、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

ア 営業者は、営業におけるサービスの比重が高いことに考慮し、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

- ①従業員等の教育・研修の徹底
- ②「手間」と「こだわり」による独自サービスの提供
- ③マニュアルを超えた「おもてなしの心（気配り・目配り・心配り）」によるサービスの提供
- ④消費者との信頼関係
- ⑤専門性を高めた高付加価値の提供
- ⑥看板商品へのこだわり（高い商品力・価値訴求）
- ⑦専門店ならではの「楽しさ」、「賑わい」の演出、明確なコンセプトの提案
- ⑧優秀な人材の獲得、若手従業員の育成・指導、資質向上
- ⑨魅力ある職場づくり（人と人の心のチームワーク）
- ⑩経営手法・熟練技能の効率的な伝承

イ 営業者は、食の安全への高まりや食を通じた健康づくりなどの健康志向に対応するため、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

- ①食材の原産地表示等への積極的な取り組み
- ②食物アレルギー物質の有無の表示
- ③安全な食材を使用した健康に良い食の開発・提供
- ④総カロリー表示、塩分量表示等の推進
- ⑤外国語表示の推進

ウ 営業者は、生活者のライフスタイルやニーズ変化に対応した店づくりを行えるよう、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

- ①インターネット等による注文、予約等の実施
- ②シニア層が気軽に集える「場」の提供
- ③平日の昼の時間帯での宴会の受入れ（シニアの同窓会需要等への対応）
- ④宅配サービス、御用聞き等の実施（買い物弱者対策の強化）
- ⑤中食（弁当・惣菜類）を含む新たなサービスの開発、展開
- ⑥高級・高品質な商品の設定
- ⑦地産地消の食材を使用した商品の開発
- ⑧お得感を訴求したメニュー開発
- ⑨1人で気軽に入れる「場」の提供

(3) 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、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

- ア 安全で衛生的な施設となるよう、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・障害者等に配慮したバリアフリー対策の実施
- エ 省エネルギー対応の冷凍・冷房設備、太陽光発電設備等の導入
- オ 節電に資する人感センサー、LED照明、蓄電設備等の導入
- カ 受動喫煙の防止

(4) 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、保有する情報資産の保護など情報セキュリティの管理に留意しつつ、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用するなどし、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

- ア 誕生日又は記念日に合わせた季ダイレクトメールの郵送
- イ コンピュータ・情報システムを利用した業務の合理化及び効率化
- ウ ホームページの開設
- エ 飲食情報サイト・スマートフォンアプリ等を介した割引サービスの実施
- オ インターネットを利用した注文、予約の受付
- カ クレジットカード決済、電子決済の導入・普及
- キ 店舗等における公衆無線LAN環境の整備

(5) 表示の適正化と苦情の処理に関する事項

営業者は、消費者の食の安全及び健康志向への高まりに対応し消費者に納得と安心感を与えるとともに、消費者からの苦情に誠実に対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めることが重要であることから、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

- ア 食材の原産地表示、食物アレルギー患者を中心とした健康被害防止を目的とした表示
- イ 厚生労働省及び農林水産省が策定した食事バランスガイドの活用
- ウ 総カロリー表示、塩分量表示等の情報提供
- エ 標準営業約款への登録と当該標識等の掲示
- オ 苦情対応マニュアルの作成
- カ 従業員の危機管理教育の徹底
- キ 賠償責任保険等の活用

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

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革の取り組みを支援する都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げる事項を中心に積極的な支援に努めること。

(1) 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

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こと。

- ア 衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催
- イ 衛生管理に関するパンフレットの作成による普及啓発
- ウ 衛生管理に関するポスターの掲示等による広報促進
- エ 衛生基準の設定

(2) 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営マネジメント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、施設及び設備の改善に関する指導助言並びに情報提供等、必要な支援に努めること。

(3) 消費者利益の増進及び商品の提供方法に関する事項

消費者の利益を増進し、消費者に対する正しい情報の提供を行うために必要な支援に努めること。

- ア 接客手引きの基本となるマニュアルの作成
- イ 苦情相談窓口の開設
- ウ 苦情処理マニュアルの作成
- エ 危機管理マニュアルの作成
- オ 賠償責任保険への加入促進
- カ 地域の飲食店営業及び喫茶店営業に係る実態の整理と消費者に対する正しい情報の提供

(4) 経営マネジメントの合理化及び効率化に関する事項

先駆的経営マネジメント事例に関する情報、地域的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展望に関する情報の収集及び整理に努めること。

(5) 営業者及び従業員の技能の向上に関する事項

営業者及び従業員の技能の向上を図るために必要な支援に努めること。

- ア 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
- イ 技術講習会及び技能コンテスト等の開催による技術水準の向上
- ウ 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

(6) 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こと。

(7) 取引関係の改善に関する事項

取引関係の改善を図るため、必要な支援に努めること。

- ア 共同購入等取引面の共同化の推進
- イ 食品等関連業界の協力の下、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

(8) 従業員の福祉の充実に関する事項

従業員の福祉の充実を図るために必要な支援に努めること。

- ア 従業員の労働条件の整備
- イ 作業環境の改善及び健康管理の充実のための支援
- 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、生命保険等）の整備及び強化

(9) 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を図るために必要な支援に努めること。

(10) 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・支援に努めること。

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

組合との連携を密にして、以下に掲げる事項を中心に積極的な取り組みに努めること。

- ア 営業者に対する経営改善の具体的指導、助言等の支援
- イ 消費者からの苦情及び要望を組合を通じて営業者に伝達
- ウ 消費者の信頼の向上に向けた積極的な取り組み
- エ 保健所・都道府県と連携した組合加入促進に向けた取り組み
- オ 連合会・都道府県と連携した振興計画未作成組合に対する指導・支援

(2) 全国指導センター

都道府県指導センターの取り組みを推進するため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取り組みに努めること。

- ア 営業者の経営改革の取り組みに役立つ情報の収集・整理・情報提供
- イ 危機管理マニュアルの作成
- ウ 苦情処理マニュアルの作成
- エ 効果測定の支援及び政策提言機能の強化

オ 公衆衛生情報の提供機能の強化

(3) 国及び都道府県

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、以下に掲げる事項を中心に積極的な取り組みに努めること。

ア 食品衛生に関する指導監督

イ 食品衛生に関する情報提供

(4) 日本政策金融公庫

営業者が円滑に事業を行えるよう、以下に掲げる事項を中心に積極的な取り組みに努めること。

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 災害時における速やかな相談窓口の設置

第五 営業の振興に際し配慮すべき事項

飲食店営業及び喫茶店営業においては、他の生活衛生関係営業と同様に、衛生水準の確保と経営の安定のみならず、営業者の社会的責任として環境の保全や食品循環資源の再生利用の推進に努めるとともに、飲食店営業及び喫茶店営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・高齢化社会等への対応、地域との共生、東日本大震災への対応といった課題に応じていくことが養成される。

個々の営業者の取り組みが中心となる課題と、関係者が営業者を支援することで推進が図られる課題とがある。こうした課題に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。

一 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進

1 営業者に期待される役割

(1) 省エネルギー対応の冷凍・冷房設備、太陽光発電設備等の導入

(2) 節電に資する人感センサー、LED照明、蓄電設備等の導入

(3) 食品循環資源の再生利用等実施率の向上

(4) 食品循環資源の再生利用並びに食品残さの抑制・減量

2 組合及び連合会に期待される役割

(1) 食品循環資源再生利用の仕組みの構築

(2) 業種を超えた組合間で相互に協力

(3) 食品循環資源再生利用に向けた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

融資の実施等による営業者の支援

二 人口減少・高齢化等への対応

1 営業者に期待される役割

営業者は、高齢者や障害者、子育て・共働き世帯が住み慣れた地域社会で安心かつ充実した日常生活を営むことができるよう、以下に掲げる事項を中心に積極的な取り組みに努めること。

(1) 宅配サービス、御用聞き等の実施（買い物弱者対策の強化）

(2) 積極的なバリアフリー対策の実施

(3) 高齢者に配慮したメニューや少量メニューの提供

(4) 身体障害者が同伴する身体障害者補助犬への適切な対応

(5) 受動喫煙の防止

(6) 従業員に対する教育及び研修の充実・強化

(7) 地域社会とのつながりを強化する観点も含めた地域の高齢者・障害者等の積極的雇用の推進

2 組合及び連合会に期待される役割

高齢者等の利便性を考慮した店舗設計やサービス提供に係る研究の実施

3 日本政策金融公庫に期待される役割

融資の実施等による営業者の支援

三 食育への対応

1 営業者に期待される役割

営業者は、健康づくりのための食育の推進に積極的に取り組むため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取り組みに努めること。

(1) 食文化の継承のための食事マナー、調理方法の普及

(2) 地域における食生活の改善の支援

(3) 食品の安全性に関する知識の普及の支援

(4) 食物アレルギー物質の有無の表示

(5) 安全な食材を使用した健康に良い食の開発・提供

(6) 総カロリー表示、塩分量表示等の推進

2 日本政策金融公庫に期待される役割

融資の実施等による営業者の支援

四 禁煙等に関する対策

1 営業者に期待される役割

営業者は、顧客層、経営方針、店の規模等に配慮した上で、以下に掲げる事項を中心に積極的な取り組みに努めること。

(1) 受動喫煙の防止

(2) 酒類提供飲食店における飲酒運転根絶に向けた必要な措置

2 日本政策金融公庫に期待される役割

融資の実施等による営業者の支援

五 地域との共生（地域コミュニティの再生及び強化（商店街の活性化））

1 営業者に期待される役割

営業者は、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及び営業の社会的役割・意義をアピールするとともに、地域で増加する生活弱者（高齢者、障害者、子育て・共働き世帯）の新たなニーズに対応し、地域のセーフティネットとしての役割や地域コミュニティの基盤である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るよう、以下に掲げる事項を中心に積極的に取り組むことで、地域コミュニティの再生・強化や商店街の活性化につなげること。

(1) 地域の街づくりへの積極的な参加

ア 祭りや商店街による手作りイベント等共同事業の立案及び参加

イ 商店街の活性化を通じた地域生活者の「ふれあい」、「憩い」、「賑わい」の創出

(2) 「賑わい」、「つながり」を通じた豊かな人間関係（ソーシャル・キャピタル）の形成

(3) 商店街の空き店舗の有効的活用（子育て支援施設、高齢者交流サロン、地域ブランド品販売等へ利用）

(4) 商店街運営店主との共同経営店舗の出店、買い物代行サービス、インターネット販売

(5) B級ご当地グルメ等地域資源を活用した地域おこし

(6) 地元農家や各種団体と連携した朝市の開催

(7) 福祉施設における食事の提供

(8) ポイントサービス事業、スタンプ事業の実施

(9) 地域の防犯、消防、防災、交通安全、環境保護活動の推進に対する協力

(10) 暴力団排除等への対応

(11) 地産地消の推進

(12) 災害対応能力の維持向上

2 組合及び連合会に期待される役割

(1) 地域の自治体等と連携し、社会活動の企画、指導・援助ができる指導者を育成

(2) 業種を超えた相互協力の推進

(3) 地域における特色ある取り組みの支援

(4) 自治会、町内会、地区協議会、NPO、大学等との連携活動の推進

(5) 商店街役員への飲食店営業及び喫茶店営業の若手経営者の登用

六 東日本大震災への対応と節電行動の徹底

東日本大震災は未曾有の国難であり、被災地域における営業再開及び被災営業者の生活の再建と活力ある地域の再生のため、総力を挙げて、東日本大震災からの復旧、将来を見据えた復興への取り組みを進めていくこと。また、発電施設の損壊等による電力制約が継続するなか、飲食店営業及び喫茶店営業の社会的責任として節電の徹底に努めること。ただし、衛生状態が損なわれ食中毒等の問題が発生しないよう、十分な配慮をすること。

1 営業者に期待される役割

(1) 被災営業者のみならず営業者全体による相互扶助と連携の下での役割発揮

(2) 被災営業者の営業再開を通じた地域コミュニティの復元

(3) 従業員・顧客に対する節電啓発

(4) 中長期の節電に資する省エネルギー対応の設備の導入

(5) 節電を通じた経営の合理化

(6) 電力制約下における新たな需要（ビジネス機会）の取り込み

家庭での節電意識の高まりや節電行動の一環として企業が営業時間の短縮・シフト等に取り組む例が増えるなか、

以下に掲げる新たな消費需要に対応した商品・サービスの開発提供に努めることで、営業活動の活性化を図ること。

ア 「朝活」・「アフター4」販促の実施

イ 「節電商品」・「節電サービス」の提供

2 組合及び連合会に期待される役割

(1) 同業者による支え合い（太い「絆」で再強化）

(2) 震災発生時の顧客の避難誘導などを通じた帰宅困難者防止等への取り組み

(3) 節電啓発や節電行動に対する支援

(4) 節電に資する共同利用施設（共同蓄電設備等）の設置

3 国及び都道府県

東日本大震災を乗り越えて復興を実現し、被災地域のコミュニティの維持回復を図るため、被災営業者及び被災組合の意向等を踏まえつつ、以下に掲げる事項を中心に積極的な取り組みに努めること。

(1) 被災営業者の営業再開のための施策

(2) 東日本大震災を教訓とした緊急に実施する必要性が高く、即効性の高い防災、減災等の施策

4 日本政策金融公庫に期待される役割

被災営業者に対するきめ細やかな相談・支援を通じた低利融資等の実施

(別表1) 飲食店営業及び喫茶店営業の業者等が特別利率で貸付を受けられる施設設備

(平成24年4月1日現在)

貸付対象者	施設又は設備
営業者 衛生設備〔特利③〕 省エネルギー設備〔特利③〕 省エネルギー設備〔特利②〕 振興設備 〔特利③又は特利③-0.15%〕 組合 振興設備〔特利③〕	<ul style="list-style-type: none"> ・ 蒸気噴霧掃除機 ・ 太陽熱利用冷温熱装置 ・ 太陽光発電設備 ・ 風力発電設備 ・ 建築物の省エネルギー性能向上に資する設備、機器および建築材料 ・ クリーンエネルギー自動車 ・ 店舗等（建築基準法でいう増・改築等及び建物の賃借に要する敷金、権利金、保証金等とする。） ・ 厨房設備（ディスプレイを除く） ・ 空調設備 ・ 価格表示設備（ショーウィンドー（サンプルケース及びサンプルを含む）及び価格表示板をいう。） ・ 仕入・配送用車両 ・ 音響設備 ・ 業務用家具（テーブル・イス） ・ 駐車場設備 ・ 情報近代化設備（コンピューター、コンピューターに接続する周辺機器、ソフトウェア及び電子商取引関連設備等をいう。） ・ 全自動手指洗浄消毒器 ・ 防犯設備 ・ 送迎用車両（乗車定員6名以上の車両に限る） ※喫茶店営業は除く ・ AED（自動体外式除細動器） ・ 研修施設（土地及び附帯設備を含む。） ・ 共同冷凍庫（土地及び附帯設備を含む。） ・ 共同配送用保冷車両 ・ 共同送迎用車両 ・ 共同情報近代化設備（共同デビットカード関連機器を含む。）

※特利②＝基準利率－0.65% 特利③＝基準利率－0.9%

金利については、財投金利を元に毎月改定されます。

※基準利率 2.25%（平成24年3月9日現在）

(別表2) 飲食店営業及び喫茶店営業に係る融資の概要

(平成24年4月1日現在)

貸付条件等	会社及び個人
貸付対象	振興計画認定組合の組合員
貸付限度額	<ul style="list-style-type: none"> ・ 設備資金 1億5,000万円 ・ 運転資金 5,700万円（設備資金と別枠）
貸付用途 (貸付利率)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 設備資金 <ul style="list-style-type: none"> 衛生設備（特利③）：一般貸付と共通 省エネルギー設備（特利②、③）：一般貸付と共通 振興事業特定施設（特利③又は特利③-0.15%） その他の設備（基準利率） ・ 運転資金 <ul style="list-style-type: none"> 営業振興運転資金（基準利率、基準利率-0.15%）
貸付期間	<ul style="list-style-type: none"> ・ 設備資金：原則18年以内 ・ 運転資金：5年以内（特に必要な場合7年以内）
担保・保証人	<ul style="list-style-type: none"> ・ 担保：必要に応じて徴する。 ・ 保証人：原則1名以上
貸付条件等	組合等
貸付対象	<ul style="list-style-type: none"> ・ 振興計画の認定を受けている生活衛生同業組合及び同小組合 ・ 厚生労働大臣が振興指針を告示した業種に係る生活衛生同業組合連合会

貸付限度額	<ul style="list-style-type: none"> ○生活衛生同業組合 <ul style="list-style-type: none"> ・設備資金及び共同購入運転資金：2億1,600万円 ・営業振興運転資金：4,000万円 ・振興事業運転資金：9,000万円 ○生活衛生同業小組合 <ul style="list-style-type: none"> ・設備資金及び共同購入運転資金：8,000万円 ・営業振興運転資金、振興事業運転資金：4,000万円 ○生活衛生同業組合連合会 <ul style="list-style-type: none"> ・営業振興運転資金：4,000万円 ・振興事業運転資金：9,000万円
貸付用途 (貸付利率)	<ul style="list-style-type: none"> ○設備資金 生活衛生関係営業を営む場合：「会社及び個人」に同じ。 上記以外の組合事業（生活衛生同業組合連合会を除く。） <ul style="list-style-type: none"> ・共同利用設備資金（基準利率、特利③）：共同冷凍庫、共同配送用保冷車両等 ・研究設備資金（基準利率）：一般貸付に同じ ○運転資金 生活衛生関係営業を営む場合：「会社及び個人」に同じ。 上記以外の組合事業 <ul style="list-style-type: none"> ・共同購入運転資金（基準利率）：一般貸付に同じ。 ・振興事業運転資金（基準利率）：認定を受けた振興計画に基づく振興事業を実施するために必要な資金及び生活衛生同業組合連合会が振興指針に係る指導事業を行うために要する資金
貸付期間	「会社及び個人」に同じ。ただし共同購入運転資金は5年以内
担保・保証人	「会社及び個人」に同じ。

※特利②＝基準利率－0.65% 特利③＝基準利率－0.9%

金利については、財投金利を元に毎月改正されます。

※基準利率2.15%（平成24年3月9日現在）

◎食鳥肉販売業の振興指針

平成25年3月29日
厚生労働省告示第86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20年厚生労働省告示第22号）の全部を次のように改正し、平成25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が、食品衛生法（昭和22年法律第233号）等の衛生規制に的確に対応しつつ、現下の諸課題にも適切に対応し、経営の安定及び改善を図ることは、国民生活の向上に資するものである。

このため、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。以下「生衛法」という。）第56条の2第1項に基づき、食鳥肉販売業の振興指針を定めてきたところであるが、今般、営業者、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。）等の事業の実施状況等を踏まえ、営業者、組合等の具体的活用には資するよう、実践的かつ戦略的な指針として全部改正を行った。

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、新たな衛生上の課題や経済社会情勢の変化、営業者及び消費者等のニーズを反映して、適時かつ適切に指針を改定するものとする。

第一 食鳥肉販売業を取り巻く状況

一 食鳥肉販売業の事業者の動向

食鳥肉販売業については、従業者数5人未満の零細事業者が58.6%である。また、経営者の年齢については、60歳から69歳の者の割合が40.7%、70歳以上の者の割合が22.9%となっている。卸売・小売の別を確認すると、全体の46.9%が「小売業のみ」を行う者、32.7%が「卸売業及び小売業」の両方を行う者、17.1%が「卸売業のみ」を行う者である（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

我が国の1人あたり食肉類家計消費（平成23年）については、鳥肉（4,267円）は、豚肉（7,996円）や牛肉（6,011円）の額を下回っているものの、平成2年の家計消費をそれぞれ100とした場合、平成23年の家計消費は、鳥肉は122.8と、豚肉の116.3や牛肉の59.3よりも高い伸びとなっている（総務省『家計調査報告』による）。

また、国内流通量（平成23年度）についても、鳥肉（約183万トン）は、豚肉（約169万トン）や牛肉（約88万トン）を上回っているが、一方で、鳥肉の輸入量は、平成22年度で約68万トンと、10年前の約2.3倍となっており、増加傾向にある（独立行政法人農畜産業振興機構による『平成23年度我が国の食肉類流通量（推定出回り量）』、農林水産省『食料需給表』による）。

また、鶏肉（正肉）の購入の頻度は、全体の5割強の消費者が「週2回以上」となっており、その理由は、若年層の消費者では「価格が安い」、「自分が好き」、「料理がしやすい」等の項目が、高年層の消費者では「高蛋白・低カロリー」、「安全・安心な食肉」等の項目が多くなっている（一般社団法人日本食鳥協会『鶏肉についての消費者意識調査』による）。

三 営業者の考える今後の経営方針

営業者の考える今後の経営方針としては、「接客サービスの充実」、「価格の見直し」、「施設の改装」を挙げる声が多い（厚生労働省『平成21年度生活衛生関係営業経営実態調査』による）。

一方、食肉・食鳥肉販売業のシニア層の集客に向けた取組の実施状況を見てみると、「現在、何らかの取組を実施している」24.6%、「必要性は感じているが、実施していない」31.5%、「必要性を感じておらず、実施していない」43.8%となっている。食肉・食鳥肉販売業のシニア層の集客に向けた取組の具体的内容は、「出張・配達サービスの実施」53.1%、「シニア層に特化した商品・サービスの開発、提供」31.3%、「シニア層を対象とした割引サービスの実施」18.8%となっている（日本政策金融公庫『生活衛生関係営業の景気動向等調査（2012年4～6月期）特別調査結果』による）。

第二 前期の振興計画の実施状況

都府県別に設立された食鳥肉販売業の組合（平成24年12月末現在で17都府県で設立）においては、前期の食鳥肉販売業の振興指針（平成20年厚生労働省告示第22号）を踏まえ、振興計画を策定、実施しているところであるが、当該振興計画について、全5カ年のうち4カ年終了時である平成23年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

各組合の積極的な取組の結果、達成率の高い項目も見られるが、少子・高齢化社会への対応に関する事業など一部の項目については達成の割合が小さくなっている。

なお、国による予算措置（補助金）については、政策目的の達成状況の検証及び事業の適切かつ効果的な実施の観点から、「生活衛生関係営業の振興に関する検討会」の下に設けられた「生活衛生関係営業対策事業費補助金審査・評価会」において、審査から評価まで一貫して行う等、必要な見直し措置を講じている。

このため、組合及び生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）等においても、振興計画に基づき事業を実施する際は、成果目標及び事業目標を可能な限り明確化した上で、達成状況についても評価を行う必要がある。

当該振興計画等の実現に向けて、組合及び連合会においては、振興指針、振興計画の内容について広く広報を図り、組合未加入営業者への加入勧誘及び組合未結成地域の営業者への組合結成の支援を図ることが期待されている。

組合への加入、非加入は、営業者の任意であるが、生衛法の趣旨、組合の活動内容等を詳しく知らされていない新規開設者等の営業者がいることも考えられるため、都道府県（保健所）への営業の許可申請、届出等の際に、営業者に対して、生衛法の趣旨、関係する組合の内容、所在地、連絡先等について情報提供等の取組の実施が求められる。

表 振興計画の実施状況についての各組合による自己評価

(単位：%)

	事業名	達成	概ね達成	主な事業
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	12%	53%	・食品衛生等に関する講習会の開催 ・自主点検の実施 ・パンフレット・情報誌による情報提供
2	施設及び設備の改善に関する事業	6%	29%	・消費者動向の不透明感が下押し要因となっているが、店舗特性を踏まえた改装や省エネ対応の設備の導入投資が見られる
3	消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事業	53%	29%	・小冊子配布 ・店頭キャンペーンの実施 ・賠償責任保険への加入促進 ・講習会の開催
4	経営管理の合理化及び効率化に関する事業	17%	53%	・経営講習会、各種研修会の開催 ・販売状況の調査 ・経営巡回指導
5	営業者及び従業者の技能の向上に関する事業	35%	35%	・調理技講習会の開催 ・食肉処理衛生管理資格取得の促進
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	41%	23%	・共同購入の実施
7	取引関係の改善に関する事業	35%	23%	・商社等との情報交換会の開催
8	従業者の福祉の充実にに関する事業	6%	41%	・共済制度の加入促進 ・優良従業員の表彰 ・定期健康診断の実施 ・最低賃金制度の周知
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	12%	47%	・後継者育成支援のための研修会等の実施 ・先進企業の視察
10	食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事業	41%	41%	・機関誌・ホームページ・パンフレット等による情報提供 ・研究会・講習会の開催
11	環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進に関する事業	23%	23%	・パンフレット・エコバッグ等の作成・配布 ・食品循環資源の再生利用に関する情報提供
12	少子・高齢化社会への対応に関する事業	18%	23%	・高齢者向けメニューの作成 ・パンフレット・ステッカー等の作成・配布
13	食育への対応に関する事業	29%	41%	・食育に関する講習会の開催 ・保健所等による講習会への参加
14	地域との共生に関する事業	28%	23%	・地域イベントへの参加 ・冊子・チラシ等の作成・配布

第三 食鳥肉販売業の振興の目標に関する事項

一 営業者の直面する課題と地域社会から期待される役割

食鳥肉販売業の営業者は、食鳥肉の専門店として、国民生活に欠かせない位置を占めており、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役割を果たしてきた。こうした重要な機能を引き続き担い、国民生活の向上に貢献できるよう、衛生課題に適切に対応しつつ、各々の営業者の経営戦略に基づき、専門店としての特性を活かし、事業の安定と発展を図ることが求められる。また、買い物弱者になり易いことが危惧される高齢者や障害者、子育て・ひとり暮らし、共働き世帯等のニーズに的確に即応することで、食鳥肉販売業の営業者の地域住民が日常生活を送るために必要なセーフティネットとしての役割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25年度から平成29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、食中毒等の食品衛生上の問題防止のような営業者の地道な取組が中心となる課題と、鳥インフルエンザ、原産地や消費期限の偽装表示への対応のように、営業者にとどまらず、保健所等衛生関係機関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。）等との連携を密にして対応すべき課題とに大別される。

衛生問題は、営業者が一定水準の衛生管理を行っている場合、通常、発生するものではないため、発生防止に必要な費用及び手間について判断しにくい特質がある。しかし、一旦、処理、調製、加工、流通等の過程において細菌等の汚染により食中毒等の食品衛生上の問題が発生した場合には、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ことから、日頃からの地道な衛生管理の取組が重要である。

また、食鳥肉は、処理後、熟成が終わるまでの時間が短く、「朝びき」（食鳥を早朝に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、鮮度管理を最大の特徴とする食材であることから、他の生鮮食品よりも一層の鮮度管理の徹底が求められる。

さらに、食の安全性、信頼性に対する国民の関心が高まる中、消費者の納得や安心感を得られるよう、産地、種類、加工方法等商品の品質に関する情報を、消費者に対し、正確かつ詳細に提供することも求められる。

こうした衛生問題は、個々の営業者の問題にとどまらず、業界全体に対する信頼を損ねることにもつながることから、組合及び連合会には、組合員、非組合員双方の営業者が食品の安全性の確保に関する自覚と責任感を持ち、衛生水準の向上が図られるよう、継続的に知識及び意識向上に資する普及啓発や適切な指導及び支援に努めることが求められる。

とりわけ、零細な営業者は重要な公衆衛生情報の把握が困難となる場合が考えられるため、これら営業者に対する組合加入の促進や公衆衛生情報の提供が円滑に行われることが期待される。

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大規模総合店舗の進出によって商店街や小規模店舗の多くが激しい価格競争を求められるなど、営業者を取り巻く経営環境は厳しい。こうした中で、営業者は、消費者のニーズや世帯動向等を的確に把握し、専門性や地域密着、対面販売等の特性を活かし、価格以外にも競争軸となる強みを見出し、独自性を十分に発揮し、経営展開を行っていくことが求められる。

例えば、食鳥肉は、鮮度の管理を最大の特徴とする食材であることから、専門店としての専門的知識やノウハウを活かし、捌きたての鳥肉等、他店よりも新鮮で付加価値を高めた商品の提供や豊富な品揃えを行うほか、低カロリー等の食鳥肉の特性を活かした惣菜の提供や、鳥肉のおいしい料理方法やメニューに関する情報提供等を行い、消費者のニーズや健康志向の高まり等に訴えるような商品づくりを進めるなど、創意工夫を積極的に行っていくことが考えられる。また、食鳥肉販売業の店舗は、通常、鳥の「一羽買い」を行っていることから、商品毎の売れる時間帯や曜日毎の販売状況を把握し、適切な仕入れを行い、部位毎の歩留まり率の状況や変化に応じて適切に処理や管理をするとともに、惣菜や惣菜半製品（消費者が購入後、加熱等の最終調理を行えば、喫食できる状態の製品）の販売等を通じて鳥の各部位を有効に活用し、廃棄ロスを減らすことは、経営効率の面でも重要である。

また、人口減少・少子高齢化及び過疎化の進展は、営業者の経営環境を厳しくする一方、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そのものを弱体化させる側面があることから、高齢者や障害者、子育て・共働き世帯等が身近な買い物に不便・不安を感じさせる、いわゆる「買い物弱者」の問題を顕在化させる。地域に身近な食鳥肉販売業の営業者には、地域社会に必要な商品・サービスを提供することで、買い物弱者になりがちな高齢者等から頼られる位置づけを確立し、中長期的な経営基盤の強化につながることを期待される。

高齢化の進展は、シニア層向けのサービス需要の拡がりにもつながることから、対面販売等の特性を活かしながら、地域密着で高齢者世帯のニーズにきめ細かに応じた商品やサービスの提供を積極的に行っていくことが求められる。

こうした新たな買い物機能やシニア層向けの商品やサービスの開発・提供は、単に売上げを伸ばすだけでなく、地域社会が抱える問題の課題解決や地域経済の活性化にも貢献するものであり、これら取り組みを通じた経営基盤の強化により、大規模総合店舗との差別化にもつながるものと期待できる。

3 税制及び融資の支援措置

食鳥肉販売業の組合又は組合員には、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。税制措置については、組合が共同利用施設を取得した場合の特別償却制度が設けられており、組合において共同配送用車両及び共同蓄電設備の購入時や組合の会館を建て替える際に活用することができる。

融資については、対象設備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（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。また、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賃資金を借りた場合、より低い低利融資の仕組み（振興事業促進支援融資制度）が設けられており、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 組合及び連合会に期待される役割

組合及び連合会には、独自の財源や国から受ける生活衛生関係営業対策事業費補助金を活用して、営業者の直面する衛生問題及び経営課題に対する適切な支援事業を実施することが期待される。

事業の実施に際しては、効率性（費用対効果）及び有効性の観点から、計画期間に得られる成果目標を明確にしながら事業の企画立案・実施を行い、得られた成果については適切に効果測定する等、事業の適切かつ効果的な実施に努めることが求められる。

また、事業効果を最大限発揮し事業成果を広く国民や社会に還元できるよう、都道府県指導センター、保健所等衛生関係機関、日本政策金融公庫支店等との連携及び調整を行うことが期待される。

2 都道府県指導センター及び日本政策金融公庫に期待される役割

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に鑑み、都道府県指導センター及び日本政策金融公庫において、営業者へのきめ細かな相談・指導その他必要な支援を行うなどし、予算措置（補助金）、金融措置（融資）、税制措置等の有効的な活用を図ることが期待される。

とりわけ、金融措置（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、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握及び分析に努め、関係団体に情報提供するとともに、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、融資に係るきめ細かな相談及び融資手続きの簡素化を行うことが期待される。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ことから、本指針の内容を踏まえ、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 国及び財団法人全国生活衛生営業指導センターに期待される役割

国及び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。）は、公衆衛生の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、都道府県及び連合会と適切に連携を図り、信頼性の高い情報の発信、的確な政策ニーズの把握等を行う必要がある。また、予算措置（補助金）、金融措置（融資）、税制措置を中心とする政策支援措置については、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、安定的に所要の措置を講じるとともに、制度の活性化に向けた不断の改革の取組が必要である。

また、全国指導センターにおいては、地域で孤立する小規模営業者のほか、大規模チェーン店に対しても、組合加入

の働きかけや公衆衛生情報の提供機能の強化を行うため、関係の組合及び連合会との連携を促すための取組が求められる。

第四 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

食鳥肉販売業の目標を達成するために必要な事項としては、次に掲げるように多岐にわたるが、営業者においては、衛生水準の向上等のために必須で取り組むべき事項と、戦略的経営を推進するために選択的に取り組むべき事項の区別を行うことで、課題解決と継続的な成長を可能にし、国民の食生活の向上に貢献することが期待される。

また、組合及び連合会においては、組合員である営業者等に対する指導・支援、消費者の食鳥肉販売業への信頼向上に資する事業の計画的な推進が求められる。

このために必要となる具体的取組としては、次に掲げるとおりである。

一 営業者の取組

1 衛生水準の向上に関する事項

営業者においては、食鳥肉販売業の振興を図るとともに、国民生活の向上に資するため、衛生水準の向上に向け、以下の事項に取り組む必要がある。

(1) 日常の衛生管理に関する事項

- ア 食品衛生法等の関係法令の遵守
- イ 食品衛生に関する専門的な知識の取得
- ウ 食品衛生責任者の活用
- エ 使用する器具の衛生管理の改善
- オ 店舗及び従業員の清潔確保、手洗いの励行
- 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 衛生管理状況の自主点検と点検結果の店内表示

(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、容器等による食鳥肉の鮮度の管理

2 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り組みが前提であるが、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、経営改革に積極的に取り組むことが期待される。

(1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

現在置かれている経営環境や市場を十分に把握、分析し、専門性や地域密着、対面販売等の特性を踏まえ、強みを見出し、自店の付加価値や独自性を高めていくとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要。

- ア 自店の立地条件、顧客層、資本金、経営能力、技術力等の経営上の特質の把握
- イ 周辺競合店に関する情報収集と比較
- ウ ターゲットとする顧客層の特定
- エ 重点商品の明確化
- オ 店のコンセプトの明確化
- カ 商品毎の売れる時間帯や曜日毎の販売状況の把握とそれを踏まえた仕入れや販売の管理
- キ 部位毎の歩留まり率の把握とそれを踏まえた適切な処理や管理
- ク 商品の販売や加工状況等のデータ管理（「見える化」）の推進
- ケ 他の生鮮食品等の需給や価格動向の把握とそれに応じた計画的な仕入れと販売
- コ 経営手法、熟練技能、専門的知識の習得・伝承や後継者の育成
- サ 若手人材の活用による経営手法の開拓
- シ 共同仕入れや共同配送等の共同事業の推進
- ス 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の積極的活用

(2) サービスの見直し及び向上に関する事項

消費者のニーズやライフスタイル、世帯構造の変化、国民の食の安全への意識の高まりや健康志向に適切に対応し、消費者が安心して利用できるよう、商品・サービスや店づくりの充実や情報提供の推進に努め、消費者の満足度を向上させることが重要であることから、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

ア サービスの充実

- ① 従業員等の教育・研修の徹底
- ② 「手間」と「こだわり」による独自サービスの提供
- ③ マニュアルを超えた「おもてなしの心（気配り・目配り・心配り）」による温もりのあるサービスの提供
- ④ 「顔の見える」サービスならではの顧客へのきめ細かなサービス提供や消費者との信頼関係の構築、懇切丁寧な接客
- ⑤ 営業者自らによる顧客の要望の把握
- ⑥ 優秀な人材の獲得、若手従業員の育成・指導、資質向上
- ⑦ 魅力ある職場づくり（人と人の心のチームワーク）

イ 消費者のニーズやライフスタイルの変化等に対応した店づくり

- ① 専門性を活かした付加価値の高い商品や看板商品の提供（高い商品力・提案力）
- ② 健康志向に対応した低カロリー惣菜（ロティサリーチキン等）の提供

- ③食鳥肉の特性を活かしたおいしい調理方法や季節に応じた料理メニューに関する情報提供
 - ④豊富な品揃えによる、専門店にふさわしい商品力の充実
 - ⑤捌きたての新鮮な鳥肉の提供、顧客に捌くところを見せる演出と信頼感の獲得
 - ⑥中食（弁当・惣菜・惣菜半製品類）を含む新たなサービスの開発、展開
 - ⑦地産地消の食材を使用した商品の開発、提供
 - ⑧お得感を訴求した商品の開発、提供
 - ⑨シニア層が気軽に集える「場」の提供
 - ⑩宅配、御用聞き等の実施（買い物弱者対策の強化）
- (3) 消費者に対する情報提供、表示の適正化及び苦情処理等に関する事項
 営業者は、消費者の食の安全及び健康志向への高まりに対応し、消費者に納得と安心感を与えるとともに、消費者からの苦情に誠実に対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めることが重要であることから、以下の事項に取り組むことが期待される。
- ア 産地、飼育者、飼育方法、処理日時、加工方法等の情報提供
 - イ 食物アレルギー患者を中心とした健康被害防止を目的とした表示
 - ウ カロリーや塩分に関する表示
 - エ 商品の表示、展示、包装方法の工夫
 - オ 消費者の疑問や苦情への適確な対応（苦情対応マニュアルの作成等）
 - カ 地域の特性に応じた外国語商品表示の推進
 - キ 従業員に対する危機管理教育の徹底
- (4) 施設及び設備の改善に関する事項
 営業者は、食卓に欠かせない、鮮度の求められる食品を提供する営業施設であることを十分認識するとともに、近年の省エネ・節電の要請にも応じ、施設及び設備の改善のため、具体的には、以下の事項に取り組むことが期待される。
- 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醸成
 - ウ 高齢者、障害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員の労働安全衛生の観点から冷蔵設備等を含む施設の整備・改善
 - オ 消費者の要望、節電・省エネルギーの推進、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
- (5) 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、情報セキュリティの管理に留意しつつ、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用する等、以下の事項に選択的に取り組むことが期待される。
- ア インターネット等の活用による注文、予約の受付
 - イ ホームページの開設等、積極的な情報発信によるプロモーションの促進
 - ウ 顧客情報のデータベース化等による適切な管理
 - エ 季節に応じた商品のダイレクトメールの郵送や広報チラシの配布
 - オ クレジットカード決済、電子決済の導入・普及
- 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
 組合及び連合会においては、営業者の自立的な経営改革を支援する都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げる事項を中心に積極的な支援に努めることが期待される。
- (1) 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項
 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こと。
- ア 衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催
 - イ 衛生管理に関するパンフレットの作成による普及啓発
 - ウ 衛生管理に関するポスターの掲示等による広報促進
- (2) 施設及び設備の改善に関する事項
 衛生水準の向上、経営マネジメントの合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に資するための、施設及び設備の改善に関する指導、助言、情報提供等、必要な支援に努めること。
- (3) 消費者利益の増進及び商品の提供方法に関する事項
 消費者の利益を増進し、消費者に対する正しい情報の提供を行うために必要な支援に努めること。
- 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 生産者・生産地等の情報収集・提供
 - ウ 消費者調査に基づく消費者嗜好の把握
 - エ 消費者に対する食鳥肉に関する正しい知識に関する普及啓発
 - オ 賠償責任保険への加入促進
- (4) 経営マネジメントの合理化及び効率化に関する事項
 先駆的経営事例、地域的経営環境条件、食鳥肉販売業の将来展望に関する情報の収集及び整理に努め、営業者への助言等に活用すること。
- (5) 営業者及び従業員の技能の向上に関する事項
 営業者及び従業員の技能の向上を図るために必要な支援に努めること。
- ア 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

- イ 技術講習会及び技能コンテスト等の開催による技術水準の向上
- ウ 消費者の要望に対応した商品やサービスの情報提供

(6) 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こと。

(7) 取引関係の改善に関する事項

取引関係の改善を図るため、必要な支援に努めること。

- ア 生産者・生産地等の情報収集及び処理加工業者等との連携・交流
- イ 共同購入等取引面の共同化の推進
- ウ 処理加工業者等との取引条件の改善

(8) 従業員の福祉の充実に関する事項

従業員の福祉の充実を図るために必要な支援に努めること。

- ア 従業員の労働条件の整備
- イ 作業環境の改善及び健康管理の充実のための支援
- 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、生命保険等）の整備及び強化

(9) 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を図るために必要な支援に努めること。

(10) 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等について、行政機関との連携等を通じ、組合員等への適切な情報提供を図るとともに、行政施策に基づく指導・支援に努めること。

2 行政施策及び政策金融による事業者の支援及び消費者の信頼

(1) 都道府県指導センター

組合との連携を密にして、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。

- ア 事業者に対する経営改善の具体的指導、助言等の支援
- イ 消費者からの苦情及び要望の事業者への伝達
- ウ 消費者の信頼の向上に向けた積極的な取組
- エ 都道府県（保健所）と連携した組合加入促進に向けた取組
- オ 連合会及び都道府県と連携した振興計画を未策定の組合に対する指導・支援

(2) 全国指導センター

都道府県指導センターの取組を推進するため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。

- ア 事業者の経営改革の取り組みに役立つ情報の収集・整理・情報提供
- イ 危機管理マニュアルの作成
- ウ 苦情処理マニュアルの作成
- エ 効果測定の実施及び政策提言機能の強化
- オ 公衆衛生情報の提供機能の強化

(3) 国及び都道府県

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、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。

- ア 食品衛生に関する指導監督
- イ 食品衛生に関する情報提供その他必要な支援
- ウ 災害・事故等における適時、適切な風評被害防止策の実施

(4) 日本政策金融公庫

事業者の円滑な事業実施に資するため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。

- ア 事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 災害時等における速やかな相談窓口の設置

第五 営業の振興に際し配慮すべき事項

食鳥肉販売業においては、他の生活衛生関係営業と同様に、衛生水準の確保と経営の安定のみならず、事業者の社会的責任として環境の保全や食品循環資源の再生利用の推進に努めるとともに、食鳥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・高齢化社会等への対応、地域との共生、東日本大震災への対応といった課題に添えていくことが要請される。個々の事業者の取り組みが中心となる課題と、関係者が事業者を支援することで推進が図られる課題とがある。こうした課題に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。

一 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進

1 営業者に期待される役割

- (1) 省エネルギー対応の冷凍・冷房設備、太陽光発電設備等の導入
- (2) 節電に資するLED照明、蓄電設備等の導入
- (3) 食品循環資源の再生利用等実施率の向上
- (4) 食品循環資源の再生利用並びに食品残さの抑制・減量

2 組合及び連合会に期待される役割

- (1) 食品循環資源再生利用の仕組みの構築

- (2) 業種を超えた組合間で相互に協力
- (3) 食品循環資源再生利用に向けた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
 - 融資の実施等による営業者の支援
- 二 人口減少・高齢化等への対応
 - 1 営業者に期待される役割

営業者は、高齢者や障害者、子育て・共働き世帯が住み慣れた地域社会で安心かつ充実した日常生活を営むことができるよう、以下に掲げる事項を中心に積極的な取り組みに努めること。

 - (1) 宅配、御用聞き等の実施（他の生活衛生関係営業者等との連携を含む）
 - (2) 小分けの実施
 - (3) バリアフリー対策
 - (4) 身体障害者補助犬を伴する身体障害者等への適切な対応
 - (5) 従業員に対する教育及び研修の充実・強化
 - (6) 地域社会とのつながりを強化する観点も含めた地域の高齢者・障害者等の積極的雇用の推進
 - 2 組合及び連合会に期待される役割

高齢者等の利便性を考慮した店舗設計やサービス提供に係る研究の実施
 - 3 日本政策金融公庫に期待される役割
 - 融資の実施等による営業者の支援
- 三 食育への対応
 - 1 営業者に期待される役割

営業者は、健康づくりのための食育の推進に積極的に取り組むため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取り組みに努めること。

 - (1) 食文化の継承
 - (2) 食生活の改善の支援
 - (3) ヘルシーメニューの開発・提供
 - (4) 総カロリー表示、塩分量表示等の推進
 - (5) 加工食品（惣菜・惣菜半製品等）についての食物アレルギー物質の有無の明示
 - (6) 食材の原産地表示
 - 2 日本政策金融公庫に期待される役割
 - 融資の実施等による営業者の支援
- 四 地域との共生（地域コミュニティの再生及び強化（商店街の活性化））
 - 1 営業者に期待される役割

営業者は、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及び営業の社会的役割・意義をアピールするとともに、地域で増加する生活弱者（高齢者、障害者、子育て・共働き世帯）の新たなニーズに対応し、地域のセーフティネットとしての役割や地域コミュニティの基盤である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るよう、以下に掲げる事項を中心に積極的に取り組むことで、地域コミュニティの再生・強化や商店街の活性化につなげること。

 - (1) 地域の街づくりへの積極的な参加
 - ア 祭りや商店街による手作りイベント等共同事業の立案及び参加
 - イ 商店街の活性化を通じた地域生活者の「ふれあい」、「憩い」、「賑わい」の創出
 - (2) 「賑わい」、「つながり」を通じた豊かな人間関係（ソーシャル・キャピタル）の形成
 - (3) 商店街の空き店舗の有効的活用（子育て支援施設、高齢者交流サロン、地域ブランド品販売等へ利用）
 - (4) 商店街運営店主との共同経営店舗の出店、買い物代行サービス、インターネット販売
 - (5) B級ご当地グルメ等地域資源を活用した地域おこし
 - (6) 地元農家や各種団体と連携した朝市の開催
 - (7) 福祉施設における食事の提供
 - (8) ポイントサービス事業、スタンプ事業の実施
 - (9) 地域の防犯、消防、防災、交通安全、環境保護活動の推進に対する協力
 - (10) 地産地消の推進
 - (11) 災害対応能力の維持向上
 - 2 組合及び連合会に期待される役割
 - (1) 地域の自治体等と連携し、社会活動の企画、指導・援助ができる指導者を育成
 - (2) 業種を超えた相互協力の推進
 - (3) 地域における特色ある取り組みの支援
 - (4) 自治会、町内会、地区協議会、NPO、大学等との連携活動の推進
 - (5) 商店街役員への食鳥肉販売業の若手経営者の登用
- 五 東日本大震災への対応

東日本大震災は未曾有の国難であり、被災地域における営業再開及び被災営業者の生活の再建と活力ある地域の再生のため、総力を挙げて、東日本大震災からの復旧、将来を見据えた復興への取り組みを進めていくこと。

 - 1 営業者に期待される役割
 - (1) 被災営業者のみならず営業者全体による相互扶助と連携の下での役割発揮
 - (2) 被災営業者の営業再開を通じた被災者へのサービスの充実や地域コミュニティの復元

- (3) 節電・省エネへの適切な対応
- 2 組合及び連合会に期待される役割
 - (1) 同業者による支え合い（太い「絆」で再強化）
 - (2) 節電啓発や節電行動に対する支援
 - (3) 節電に資する共同利用施設（共同蓄電設備等）の設置
- 3 国及び都道府県
 - 東日本大震災を乗り越えて復興を実現し、被災地域のコミュニティの維持回復を図るため、被災業者及び被災組合の意向等を踏まえつつ、以下に掲げる事項を中心に積極的な取り組みに努めること。
 - (1) 被災業者の営業再開のための施策
 - (2) 東日本大震災を教訓とした緊急に実施する必要性が高く、即効性の高い防災、減災等の施策
- 4 日本政策金融公庫に期待される役割
 - 被災業者に対するきめ細やかな相談・支援を通じた低利融資等の実施

◎興行場営業の振興指針

平成26年3月13日
厚生労働省告示第76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21年厚生労働省告示第40号)の全部を次のように改正し、平成26年4月1日から適用する。

興行場営業の振興指針

興行場営業の営業者が、興行場法(昭和23年法律第137号)等の衛生規制に的確に対応しつつ、現下の諸課題にも適切に対応し、経営の安定及び改善を図ることは、国民生活の向上に資するものである。

このため、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。以下「生衛法」という。)第56条の2第1項に基づき、興行場営業の振興指針を定めてきたところであるが、今般、営業者、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。)等の事業の実施状況等を踏まえ、営業者、組合等の具体的活用を資するよう、実践的かつ戦略的な指針として全部改正を行った。

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、新たな衛生上の課題や経済社会情勢の変化、営業者及び消費者等のニーズを反映して、適時かつ適切に指針を改定するものとする。

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。

第一 興行場営業を取り巻く状況

一 興行場営業の事業者の動向

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15年末の2,681スクリーンから平成25年末には3,318スクリーンと増加傾向にある。スクリーン数の増加は、シネマコンプレックスの増加によるところが大きく、5スクリーン以上を有するシネマコンプレックスのスクリーン数は10年前と比較して1,298スクリーンの増となっており、全スクリーン数の84%を占めるまでに至っている(一般社団法人日本映画制作者連盟統計による)。他方、興行場(映画館)の許可を受けた施設数は、1,539施設(平成24年度末)であり、10年前と比較して381施設の減となっている(厚生労働省『衛生行政報告例』による)。このような短期間でのシネマコンプレックスの増加に伴い、競争も激化し、既存の単独スクリーンの映画館(以下「単独館」という。)の閉館を招くなどの影響も生じている。

経営上の課題としては(複数回答)、「客数の減少」が86.2%と最も多くあげており、次いで、「施設・設備の老朽化」が34.1%、「光熱費の上昇」が27.2%、「客単価の減少」が17.5%、「映画料・原材料費の上昇」が10.6%となっている(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

1世帯あたり(2人以上の世帯)の映画・演劇等入場料の支出(平成24年)は6,137円で、10年前と比較して403円の増となっている(総務省『家計調査年報』による)。

映画館入場者数(平成25年)は155,888千人で、10年前と比較して6,459千人の減となっている(一般社団法人日本映画制作者連盟統計による)。

また、総務省『平成23年社会生活基本調査』によれば、映画鑑賞をしている者は年に5～9日以上が男性で10.7%、女性で13.9%である一方、年に映画鑑賞を全く行わない者は男性で69.0%、女性で62.1%にも及んでおり、鑑賞頻度の高い層と低い層の二極化の状況もみられる。

三 営業者の考える今後の経営方針

営業者の考える今後の経営方針としては(複数回答)、「新しい映像技術の導入」が52.8%、「接客サービスの充実」が47.2%、「施設・設備の改装」が35.4%、「広告・宣伝等の強化」が32.1%、「飲食メニューの工夫」が27.6%、「感謝デー等の行事の開催」が15.0%、「営業時間の変更」が11.4%となっている(厚生労働省『生活衛生関係営業経営実態調査』による)。

第二 前期の振興計画の実施状況

都道府県別に設立された興行場営業の組合(平成25年12月末現在で45都道府県で設立)においては、前期の興行場営業の振興指針(平成21年厚生労働省告示第40号)を踏まえ、振興計画を策定、実施しているところであるが、当該振興計画について、全5カ年のうち4カ年終了時である平成24年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

なお、国による予算措置(補助金)については、政策目的の達成状況の検証及び事業の適切かつ効果的な実施の観点から、「生活衛生関係営業の振興に関する検討会」の下に設けられた「生活衛生関係営業対策事業費補助金審査・評価会」において、審査から評価まで一貫して行う等、必要な見直し措置を講じている。

このため、組合及び生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)等においても、振興計画に基づき事業を実施する際は、成果目標及び事業目標を可能な限り明確化した上で、達成状況についても評価を行う必要がある。

当該振興計画等の実現に向けて、組合及び連合会においては、振興指針、振興計画の内容について広く広報を図り、組合未加入営業者への加入勧誘及び組合未結成地域の営業者への組合結成の支援を図ることが期待されている。

組合への加入、非加入は営業者の任意であるが、生衛法の趣旨、組合の活動内容等を詳しく知らない新規開設者等の営業者がいることも考えられるため、都道府県、保健所設置市への営業の許可申請、届出等の際に、営業者に対して、生衛法の趣旨、関係する組合の内容、所在地、連絡先等について情報提供等の取組の実施が求められる。

表 振興計画の実施状況についての各組合による自己評価

(単位：%)

	事業名	達成	概ね達成	主な事業
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	11%	35%	・衛生管理等に関する講習会の開催 ・衛生管理マニュアル作成・配布
2	施設及び設備の改善に関する事業	0%	17%	・改装やデジタル化対応の設備の導入投資が見られる
3	利用者の利益の増進に関する事業	20%	59%	・各種マニュアルの作成 ・中高生等の映画教室の開催 ・映画サービスデーの実施
4	経営管理の合理化及び効率化に関する事業	33%	41%	・経営管理講習会、経営相談会の開催 ・映画盗撮防止セミナーの開催
5	営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事業	22%	48%	・講習会の開催 ・接客マニュアルの作成・配布
6	配給会社等との良好な関係の構築に関する事業	26%	28%	・関係業界との情報交換会の開催
7	事業の共同化及び協業化に関する事業	15%	24%	・共同購入・共同広報の実施
8	従業員の福祉の充実にに関する事業	6%	33%	・永年勤続者・優良従業員の表彰 ・定期健康診断の実施
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	22%	50%	・後継者育成支援のための研修会等の開催 ・青年部員の活動支援
10	環境の保全及び省エネルギーの強化に関する事業	13%	28%	・省エネ機器の導入
11	少子・高齢化社会への対応に関する事業	13%	13%	・シニア料金制度の実施指導
12	地域との共生に関する事業	20%	48%	・地域イベントへの参加 ・出張上映会の実施

第三 興行場営業の振興の目標に関する事項

一 営業者の直面する課題と地域社会から期待される役割

興行場営業の営業者は、娯楽・文化の身近な担い手として、国民生活を豊かにする上で欠かせない役割を果たしてきた。映画は、鑑る者に楽しさのもとより、感動や安らぎ、興味、関心を喚起し、学習の機会を提供するなど、人生に潤いをもたらし、豊かにさせるものといえる。こうした重要な役割を興行場営業が引き続き担い、国民生活の豊かきの向上に貢献できるよう、経営環境や国民のニーズ、衛生課題に適切に対応しつつ、各々の営業者の経営戦略に基づき、事業の安定と活力ある発展を図ることが求められる。

特に、娯楽の多様化、家庭用DVD・ブルーレイ、パーソナルコンピュータ、スマートフォン、タブレット端末、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、他の娯楽との競争に打ち勝ち、映画を発展させるためには、業界を挙げた対応が求められる。

また、少子高齢化が進む中で、地域で身近で手軽な娯楽サービスとして年齢や障害の有無に関わらず、全ての国民が楽しめる拠点としての機能を積極的に担っていくことが期待される。特に、単独館の多くは中心市街地に立地しており、中心市街地の娯楽機能や賑わいの維持の観点からもその活性化が重要であり、地域のニーズを踏まえ独自性を発揮するなどの対応が期待される。

二 今後5年間（平成26年度から平成30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

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、病原性が高い新型インフルエンザや同様に危険性のある新感染症が発生した場合に、国民生活・経済への影響を最小化する観点から、新型インフルエンザ等対策特別措置法(平成24年法律第31号)に基づく使用制限等の要請に適切かつ迅速に対応することが求められる。

衛生問題は、個々の営業者の問題や業界全体に対する信頼の失墜にとどまらず、国民の健康被害やこれに伴う社会的影響をももたらすことにもつながることから、組合及び連合会には、組合員、非組合員双方の営業者が衛生確保に関する自覚と責任感を持ち、衛生水準の向上が図られるよう、継続的に知識及び意識向上に資する普及啓発や適切な指導及び支援に努めることが求められる。

とりわけ、零細な営業者は重要な公衆衛生情報の把握が困難となる場合が考えられるため、これら営業者に対する組合加入の促進や公衆衛生情報の提供が円滑に行われることが期待される。

2 経営方針の決定と消費者・地域社会への貢献

映画は古くから国民の間に定着した代表的な娯楽であるが、家庭でも楽しめる娯楽が増加するなど、娯楽の多様化が進んでいる。映画の入場者数は、ヒット作品の有無など映画作品に収益が大きく左右されるが、営業者としても、消費者のニーズを的確に把握し、消費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づくりを進める必要がある。

映画人口の底上げを図るため、家庭では体験できない映画館ならではの大きな画面・高音質・臨場感を他の観客と同時に

に共有できるといった映画館の魅力を消費者に訴求していくことが業界の課題といえる。

このため、年齢、日時、対象者に応じた戦略的な割引制度や会員カードの発行、各種イベントの実施などを通じて、映画館の魅力を伝える機会を創出することが重要である。特に、今後、高齢化の進展により、シニア層向けのサービス需要の拡がりが見込まれることから、シニア層のニーズに応じたサービスの展開が重要となる。また、若い世代を取り込むための工夫や、子育て中の母親など新たな顧客層の開拓を進めていくことも必要である。さらに、映画紹介、独自の上映企画の企画、上映リクエストの多い映画の上映など、創意工夫を活かし、地域の映画ファンを増やしていくような取組も期待される。

さらに、収益源の多様化の観点から、ODS（アザー・デジタル・スタッフ）と呼ばれるスポーツや演劇、コンサートのライブ中継など映画作品以外のコンテンツ上映を拡大していくことも考えられる。また、結婚披露宴などイベント事業に映画館を有効に活用することも、地域の人々に映画館の魅力を伝える機会にもつながるものと期待される。

こうした新たなサービスの構築は、映画館の営業はもとより、映画鑑賞前後の消費や地域の賑わいにつながるなど、地域の活性化にも貢献することが期待される。

また、映画館におけるデジタル化への設備投資は進んでおり、現在、概ね9割の映画館でデジタル化が行われている。デジタル化は経営の合理化に資することはもとより、映画館の機能の多様化の面でも有効であり、更なる推進が重要である。

さらに、建築物の耐震改修の促進に関する法律（平成7年法律第123号）の一部改正により、興行場をはじめ不特定多数の者が利用する建築物について耐震化の対応が求められている。

また、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、利用者へ周知していく必要がある。

3 税制及び融資の支援措置

興行場営業の組合又は組合員には、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。

税制措置については、組合が共同利用施設を取得した場合の特別償却制度が設けられており、組合において共同蓄電設備等の購入時、組合の研修施設や会館を建て替える際に活用することができる。

融資については、対象設備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（営業者）が借りた場合に、対象設備については、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。また、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（振興事業促進支援融資制度）が設けられており、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 組合及び連合会に期待される役割

組合及び連合会には、独自の財源や国から受ける生活衛生関係営業対策事業費補助金を活用して、営業者の直面する衛生問題及び経営課題に対する適切な支援事業を実施することが期待される。

事業の実施に際しては、有効性及び効率性（費用対効果）の観点から、計画期間に得られる成果目標を明確にしながら事業の企画立案・実施を行い、得られた成果については適切に効果測定する等、事業の適切かつ効果的な実施に努めることが求められる。

また、事業効果を最大限発揮し事業成果を広く国民や社会に還元できるよう、都道府県指導センター、保健所等衛生関係機関、日本政策金融公庫支店等との連携及び調整を行うことが期待される。

2 都道府県指導センター及び日本政策金融公庫に期待される役割

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に鑑み、都道府県指導センター及び日本政策金融公庫において、営業者へのきめ細かな相談・指導その他必要な支援を行うなどし、予算措置（補助金）、金融措置（融資）、税制措置等の有効的な活用を図ることが期待される。

とりわけ、金融措置（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、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握及び分析に努め、関係団体に情報提供するとともに、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た営業者への支援の観点から、融資に係るきめ細かな相談及び融資手続きの簡素化を行うことが期待される。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ことから、本指針の内容を踏まえ、営業者の戦略性を引き出す形での指導を行うことが求められる。

3 国及び公益財団法人全国生活衛生営業指導センターに期待される役割

国及び公益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。）は、公衆衛生の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、都道府県及び連合会と適切に連携を図り、信頼性の高い情報の発信、的確な政策ニーズの把握等を行う必要がある。また、予算措置（補助金）、金融措置（融資）、税制措置を中心とする政策支援措置については、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、安定的に所要の措置を講じるとともに、制度の活性化に向けた不断の改革の取組が必要である。

第四 興行場営業の振興の目標を達成するために必要な事項

興行場営業の目標を達成するために必要な事項としては、次に掲げるように多岐にわたるが、営業者においては、衛生水準の向上等のために必須で取り組むべき事項と、戦略的経営を推進するために選択的に取り組むべき事項の区別を行うことで、課題解決と継続的な成長を可能にし、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、組合及び連合会においては、組合員である営業者等に対する指導・支援、消費者の興行場営業への信頼向上に資する事業の計画的な推進が求められる。

このために必要となる具体的取組としては、次に掲げるとおりである。

一 営業者の取組

1 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必要がある。

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。

2 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、経営改革に積極的に取り組むことが期待される。

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い面があるが、シネマコンプレックスとの間で広域的な競争のもと厳しい競争にあることから、以下の事項も積極的に採り入れ、地域の実情に応じた方策を検討することが期待される。

(1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

現在置かれている経営環境や市場を十分に把握、分析し、自館や地域の特性を踏まえ、強みを見出し、経営方針を明確化し、自館の付加価値や独自性を高めていくとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

ア 自館の立地条件、顧客層、資本金、経営能力等の経営上の特質の把握

イ 周辺競合館に関する情報収集と比較

ウ ターゲットとする顧客層の特定

エ 自館のコンセプトの明確化

オ 多様な顧客層の開拓・周知のための企画

カ 飲食等の附帯的サービスの強化

キ 施設の有効活用による収益源の多様化

ク 地域の飲食店等との提携

ケ 若手人材の活用による経営手法の開拓

コ 顧客や地域のニーズに沿った上映時間の見直し

サ 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の積極的活用

(2) サービスの向上及び顧客の確保に関する事項

消費者のニーズやライフスタイルの変化に的確に対応し、消費者が安心して利用できるよう、自館の魅力を増し、顧客の満足度を向上させるとともに、新たな顧客を獲得することが重要であることから、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

ア 映画紹介イベントや交流会の開催など映画ファンの拡大

イ 年齢、日時、対象者に応じた割引制度の実施

ウ 会員カードの発行

エ スポーツや演劇、コンサートのライブ中継など映画作品以外のコンテンツの上映

オ 結婚披露宴などイベント事業の展開

カ 上映リクエストの多い映画の上映

キ 関連書籍、DVD、ブルーレイ、キャラクターグッズ等の関連物品の販売

ク 喫茶、売店コーナー等付帯事業の充実

ケ 子育て中の母親など新たな顧客層の開拓のための独自サービスの実施

コ 地域の飲食店等と提携したサービスの提供

サ 利用者のアンケート箱の設置などによる利用者の要望の調査

シ 優秀な人材の獲得、若手従業員の育成・指導、資質向上

ス 魅力ある職場づくり(人と人の心のチームワーク)

セ ホームページの開設等情報通信技術を活用した積極的な情報発信

ソ 地域のケーブルテレビ等を活用した広告宣伝

タ クレジットカード決済、電子決済の導入・普及

(3) 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、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とともに、近年の省エネ・節電の要請やバリアフリーの視点を踏まえた施設及び設備の改善を図るため、具体的には、以下の事項に取り組むことが期待される。

ア 清潔で魅力的な施設に向けた定期的な内外装の改装

イ 快適な椅子の設置

ウ 映像・音響設備の改善

エ デジタル化への対応

オ 3D(立体映画)上映対応

カ 施設の耐震化

- キ 高齢者、障害者等に配慮したバリアフリー対策の実施
 - ク バリアフリー映画への対応
 - ケ 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施設の整備・改善
 - コ 節電・省エネルギーの推進
 - サ 経営の合理化・効率化のための改善
- (4) 従業者の資質の向上に関する事項
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
- 1 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、営業者の自立的な経営改革を支援する都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げる事項を中心に積極的な支援に努めることが期待される。
- (1) 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。
- (2) 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、経営マネジメントの合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に資するための、施設及び設備の改善に関する指導、助言、情報提供等、必要な支援に努めること。
また、高齢者、障害者等の利便性を考慮した施設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こと。
- (3) 消費者利益の増進に関する事項
利用者のニーズ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鑑賞の魅力を宣伝することに努めること。
- (4) 経営マネジメント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。
- (5) 営業者及び従業員の技能の向上に関する事項
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。
- (6) 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こと。
- (7) 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こと。
- (8) 従業員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。
- (9) 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を図るために必要な支援に努めること。
- 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
組合との連携を密にして、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。
- ア 営業者に対する経営改善の具体的指導、助言等の支援
 - イ 利用者からの苦情及び要望の営業者への伝達
 - ウ 利用者の信頼の向上に向けた積極的な取組
 - エ 都道府県(保健所)と連携した組合加入促進に向けた取組
 - オ 連合会及び都道府県と連携した振興計画を未策定の組合に対する指導・支援
- (2) 全国指導センター
都道府県指導センターの取組を推進するため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。
- ア 営業者の経営改革の取組に役立つ情報の収集・整理・情報提供

- イ 危機管理マニュアルの作成
- ウ 苦情処理マニュアルの作成
- エ 標準営業約款の登録の促進
- オ 効果測定の支援及び政策提言機能の強化
- カ 公衆衛生情報の提供機能の強化

(3) 国及び都道府県

興行場営業に対する利用者の信頼の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。

- ア 興行場に関する指導監督
- イ 興行場に関する情報提供その他必要な支援
- ウ 災害・新型インフルエンザ発生時等における適時、適切な対策の実施

(4) 日本政策金融公庫

営業者の円滑な事業実施に資するため、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが期待される。

- 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 災害時等における速やかな相談窓口の設置

第五 営業の振興に際し配慮すべき事項

興行場営業においては、他の生活衛生関係営業と同様に、衛生水準の確保と経営の安定のみならず、営業者の社会的責任として環境の保全や省エネルギーの強化に努めるとともに、時代の要請である少子・高齢化社会等への対応、地域との共生、東日本大震災への対応といった課題に添えていくことが要請される。個々の営業者の取組が中心となる課題と、関係者が営業者を支援することで推進が図られる課題とがある。こうした課題に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。

一 環境の保全及び省エネルギーの強化

- 1 営業者に期待される役割
 - (1) 省エネルギー対応の空調設備、太陽光発電設備等の導入
 - (2) 節電に資するLED照明、蓄電設備等の導入
 - (3) 廃棄物の最小化、分別回収の実施
 - (4) 温室効果ガス排出の抑制
- 2 組合及び連合会に期待される役割
 - (1) 廃棄物の最小化、分別回収の普及啓発
 - (2) 業種を超えた組合間で相互に協力
- 3 日本政策金融公庫に期待される役割

融資の実施等による営業者の支援

二 少子・高齢化社会等への対応

- 1 営業者に期待される役割

営業者は、高齢者や障害者、妊産婦、子育て・共働き世帯が住み慣れた地域社会で安心かつ充実した日常生活を営むことができるよう、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。

 - (1) 積極的なバリアフリー対策の実施
 - (2) 車椅子用の鑑賞スペースの確保
 - (3) バリアフリー映画の普及に向けた取組
 - (4) 託児施設との連携
 - (5) 授乳室やベビーチェアを設置
 - (6) 身体障害者補助犬を同伴する身体障害者等への適切な対応
 - (7) 従業員に対する教育及び研修の充実・強化
 - (8) 地域社会とのつながりを強化する観点も含めた地域の高齢者・障害者等の積極的雇用の推進
 - (9) 受動喫煙の防止
 - (10) 高齢者、障害者、妊産婦等への優しい環境の実現
- 2 組合及び連合会に期待される役割

高齢者、障害者等の利便性を考慮した施設設計やサービス提供に係る研究の実施
- 3 日本政策金融公庫に期待される役割

融資の実施等による営業者の支援

三 地域との共生（地域コミュニティの再生及び強化（商店街の活性化））

- 1 営業者に期待される役割

営業者は、地域住民に対して興行場営業の存在、提供する商品やサービス内容及び営業の社会的役割・意義をアピールするとともに、地域で増加する生活弱者（高齢者、障害者、子育て・共働き世帯）の新たなニーズに対応し、地域のセーフティネットとしての役割や地域コミュニティの基盤である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るよう、以下に掲げる事項を中心に積極的に取り組むことで、地域コミュニティの再生・強化や商店街の活性化につなげること。

 - (1) 地域の街づくりへの積極的な参加
 - ア 祭りや商店街による手作りイベント等共同事業の立案及び参加
 - イ 商店街の活性化を通じた地域生活者の「ふれあい」、「憩い」、「賑わい」の創出
 - (2) 地域、地方公共団体、関係機関との連携による災害時の帰宅困難者への支援

- (3) 福祉施設等での移動映画の上映
 - (4) 共同ポイントサービス事業、スタンプ事業の実施
 - (5) 地域の防犯、消防、防災、交通安全、環境保護活動の推進に対する協力
 - (6) 青少年への風紀面での配慮
 - (7) 災害対応能力及び危機管理能力の維持向上
- 2 組合及び連合会に期待される役割
- (1) 地域の自治体等と連携し、社会活動の企画、指導・援助ができる指導者を育成
 - (2) 業種を超えた相互協力の推進
 - (3) 地域における特色ある取組の支援
 - (4) 自治会、町内会、地区協議会、NPO、大学等との連携活動の推進
 - (5) 商店街役員への興行場営業の若手経営者の登用
- 四 東日本大震災への対応
- 東日本大震災は未曾有の国難であり、被災地域における営業再開及び被災事業者の生活の再建と活力ある地域の再生のため、総力を挙げて、東日本大震災からの復旧、将来を見据えた復興への取組を進めていくこと。
- 1 営業者に期待される役割
- (1) 被災営業者のみならず営業者全体による相互扶助と連携の下での役割発揮
 - (2) 被災営業者の営業再開を通じた被災者へのサービスの充実や地域コミュニティの復元
 - (3) 節電・省エネへの適切な対応
- 2 組合及び連合会に期待される役割
- (1) 同業者による支え合い（太い「絆」で再強化）
 - (2) 節電啓発や節電行動に対する支援
 - (3) 節電に資する共同利用施設（共同蓄電設備等）の設置
- 3 国及び都道府県
- 東日本大震災を乗り越えて復興を実現し、被災地域のコミュニティの維持回復を図るため、被災営業者及び被災組合の意向等を踏まえつつ、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めること。
- (1) 被災営業者の営業再開のための施策
 - (2) 東日本大震災を教訓とした緊急に実施する必要性が高く、即効性の高い防災、減災等の施策
- 4 日本政策金融公庫に期待される役割
- 被災営業者に対するきめ細やかな相談・支援を通じた低利融資等の実施

◎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、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。

第一 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。)にあっては、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、営業者の高齢化、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ことが必要である。

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。

第二 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ビー化、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(デイセントー事業をいう。)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、利用者の意見等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員の福祉の充実を努めるものとする。

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

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、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。

第三 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。

第一 氷雪販売業を取り巻く状況

一 氷雪販売業の営業者数の動向

氷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、「純水」の品質の宣伝等の営業努力にも関わらず、氷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）。

第二 前期の振興計画の実施状況

氷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ヵ年終了時の平成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、組合及び全国氷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、氷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。

表1 振興計画の実施状況についての各組合による自己評価

(単位：%)

	事業名	達成	概ね達成	主な事業
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	25	75	・食品衛生に関する講習会の開催 ・PL保険・施設賠償保険等の加入促進 ・クレーム対応の指導
2	施設及び設備の改善に関する事業	25	50	・長引く不況の影響や、後継者確保難で施設・設備の改善に取り組む組合員は少ないが、配送車両等は目的を達成している
3	消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事業	—	100	・苦情相談窓口の開設 ・営業時間や休日等の表示の指導 ・商品の価格、用途別の適正表示の指導
4	経営管理の近代化及び合理化に関する事業	—	100	・経営管理に関する講習会の開催 ・確定申告時期の税務相談室開設
5	営業者及び従業者の技能及び接遇の改善向上に関する事業	75	25	・技術改善のための講習会、大会の開催
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	25	75	・純氷の袋や旗の共同購入やインターネットを通じての販売促進
7	取引関係の改善に関する事業	75	—	・製氷メーカーとの懇談会の開催や純氷まつりの開催
8	従業者の福祉の充実に関する事業	25	50	・各種共済制度の整備及び加入促進
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	75	—	・純氷研究会の活動において後継者育成支援の実施
10	環境の保全及びリサイクル対策の推進に関する事業	25	75	・電動ノコギリ等の騒音問題や水漏れ防止等の指導、緑化基金への寄付
11	少子高齢社会への対応に関する事業	50	—	(未実施も50%と高い) ・イベントで高齢者、年少者を始め一般の方へ無料で純氷を配布 ・少子高齢化対応のためのアンケート調査
12	地域との共生に関する事業	50	—	・地域での実施される行事への積極的参加 ・純氷の美味しさをPR

第三 氷雪販売業の振興の目標に関する事項

一 氷雪販売業を取り巻く環境

氷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、ダイヤモンド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こ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感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、「身近で気軽に良質な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。

第四 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、従業者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・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

第五 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 冷蔵・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員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

(別表1) 氷雪販売業の営業者等の利用できる施設設備（平成23年4月1日現在）

貸付対象者	施設又は設備
営業者 省エネルギー設備〔特利③〕	・太陽熱利用冷温熱装置 ・太陽光発電設備 ・風力発電設備
省エネルギー設備〔特利②〕	・建築物の省エネルギー性能向上に資する設備，機器および建築材料 ・クリーンエネルギー自動車
振興設備	・店舗等（建築基準法でいう増・改築等及び建物の賃借に要する敷金，権利金，保証金）

〔特利③又は特利③-0.15%〕	等とする。) <ul style="list-style-type: none"> ・配送用車両 ・冷凍設備 ・アイスクラッシャー ・電気鋸 ・情報近代化設備（コンピューター、コンピューターに接続する周辺機器、ソフトウェア及び電子商取引関連設備等をいう。） ・防犯設備 ・AED（自動体外式除細動器）
組合 振興設備〔特利③〕	<ul style="list-style-type: none"> ・共同情報近代化設備（共同デビットカード関連機器を含む。）

※特利②＝基準利率－0.65% 特利③＝基準利率－0.9%
 金利については、財投金利を元に毎月改定されます。
 ※基準利率 2.25%（平成 23 年 1 月 17 日現在）

（別表 2）氷雪販売業に係る融資の概要（平成 23 年 4 月 1 日現在）

貸付条件等	会社及び個人
貸付対象	振興計画認定組合の組合員
貸付限度額	<ul style="list-style-type: none"> ・設備資金 1 億 5,000 万円 ・運転資金 5,700 万円（設備資金と別枠）
貸付用途 （貸付利率）	<ul style="list-style-type: none"> ・設備資金 <ul style="list-style-type: none"> 衛生設備（特利③）：一般貸付と共通 省エネルギー設備（特利②、③）：一般貸付と共通 振興事業特定施設（特利③又は特利③-0.15%） その他の設備（基準利率） ・運転資金 <ul style="list-style-type: none"> 営業振興運転資金（基準利率、基準利率－0.15%）
貸付期間	<ul style="list-style-type: none"> ・設備資金：原則 18 年以内 ・運転資金：5 年以内（特に必要な場合 7 年以内）
担保・保証人	<ul style="list-style-type: none"> ・担保：必要に応じて徴する。 ・保証人：原則 1 名以上
貸付条件等	組合等
貸付対象	<ul style="list-style-type: none"> ・振興計画の認定を受けている生活衛生同業組合及び同小組合 ・厚生労働大臣が振興指針を告示した業種に係る生活衛生同業組合連合会
貸付限度額	<ul style="list-style-type: none"> ○生活衛生同業組合 <ul style="list-style-type: none"> ・設備資金及び共同購入運転資金：2 億 1,600 万円 ・営業振興運転資金：4,000 万円 ・振興事業運転資金：9,000 万円 ○同小組合 <ul style="list-style-type: none"> ・設備資金及び共同購入運転資金：8,000 万円 ・営業振興運転資金、振興事業運転資金：4,000 万円 ○同連合会 <ul style="list-style-type: none"> ・営業振興運転資金：4,000 万円 ・振興事業運転資金：9,000 万円
貸付用途 （貸付利率）	<ul style="list-style-type: none"> ○設備資金 <ul style="list-style-type: none"> 生活衛生関係営業を営む場合：「会社及び個人」に同じ。 上記以外の組合事業（生活衛生同業組合連合会を除く。） <ul style="list-style-type: none"> ・共同利用設備資金（基準利率、特利③）：共同情報近代化設備、共同大冷蔵庫等 ・研究設備資金（基準利率）：一般貸付に同じ ○運転資金 <ul style="list-style-type: none"> 生活衛生関係営業を営む場合：「会社及び個人」に同じ。 上記以外の組合事業 <ul style="list-style-type: none"> ・共同購入運転資金（基準利率）：一般貸付に同じ。 ・振興事業運転資金（基準利率）：認定を受けた振興計画に基づく振興事業を実施するために必要な資金及び生活衛生同業組合連合会が振興指針に係る指導事業を行うために要する資金
貸付期間	「会社及び個人」に同じ。ただし共同購入運転資金は 5 年以内
担保・保証人	「会社及び個人」に同じ。