

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輻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

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 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、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 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

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

(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、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、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、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、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

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

(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

従業員の労働条件整備、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援、医療保険(国民健康保険又は健康保険)、年金保険(国民年金又は厚生年金保険)及び労働保険(雇用保険及び労働者災害補償保険)の加入等に係る啓発、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度(退職金、生命保険等)の整備及び強化に努めるものとする。さらに、男女共同参画社会の推進及び少子・高齢化社会への適切な対応に配慮した従業員の福祉の充実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) 従業者の育児支援
- (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) 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にあ資するよう、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976,515百万円で(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 | 従業者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が期待される。

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、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

営業者は、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

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 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

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、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関する事項

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

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

(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 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

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% | ・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、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所志向、低価格や施術時間の短さを売りものと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択することにより、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・スキャ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 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 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・スカ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を内容とする理容業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録をし、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

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

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

したがって、営業者は、従事員が新しいヘアスタイル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。

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、美颜・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。

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) 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) 従業員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を。

 - (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に取組に努めること。

 - (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 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%、「悩みに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 ・若手経営者組織の育成 |
| 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、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込む店づくり、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の醸成
- 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。

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 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) 従業員の育児支援
- (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、被災事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) 被災事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

被災事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27年2月12日
厚生労働省告示第23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22年厚生労働省告示第77号)の全部を次のように改正し、平成27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（以下「営業者」という。）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、めん類飲食店営業の振興指針を定めてきたところであるが、今般、営業者及び生活衛生同業組合（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、営業者及び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、営業者及び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、適時かつ適切に本指針を改定するものとする。

第一 めん類飲食店営業を取り巻く状況

一 営業者の動向

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。

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うどん類の大規模チェーン店、ファーストフード、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による競争の激化など、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。

めん類飲食店営業の平成24年の事業所数は31,869事業所、従業者数は218,162人、売上高は602,929百万円で（総務省「平成24年経済センサスー活動調査」による。）、平成21年と比較して、事業所数は、1,123事業所の減、従業者数は2,137人の減となっている（総務省「平成21年経済センサスー基礎調査」による。）。また、従業者数5人未満の零細事業所が58.8%で、経営者の年齢が60歳から69歳の割合が36.9%、経営者の年齢が70歳以上の割合が22.0%で、経営者の年齢が60歳以上の割合が58.9%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。）。

経営上の問題点（複数回答）としては、「客数の減少」を最も多く挙げており、次に多い問題点としては、「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。）。

また、めん類飲食店営業における出前の実施状況は、立ち食いそば・うどん店を除いた営業者の55.9%が実施となっている（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25年の1世帯当たり（2人以上の世帯）の一般外食支出は154,533円で、前年比8,174円の増加であった。そのうち「そば・うどん店」については、5,734円で、前年比461円の増加であった（総務省「家計調査報告」による。）。

また、平成25年の飲食店営業の市場規模は128,473億円で、前年比3.0%の増加となっているが、そのうち「そば・うどん店」（立ち食いそば・うどん店を含む。）については、11,474億円で、前年比7.1%の増加となっている（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25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（複数回答）としては、「食事メニューの工夫」48.2%、「接客サービスの充実」27.4%、「価格の見直し」17.4%、「広告・宣伝等の強化」15.9%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。）。

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めん類飲食店営業の組合（平成26年12月末現在で23都道府県で設立されている組合）においては、前期の飲食店営業（めん類）の振興指針（平成22年厚生労働省告示第77号）を踏まえ、生衛法第56条の3に基づき、振興計画を策定及び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か年のうち4か年終了時である平成25年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

国庫補助金としての予算措置（以下「予算措置」という。）については、平成23年度より、外部評価の導入を通じた効果測定の検証やPDCAサイクル（事業を継続的に改善するため、Plan（計画）－Do（実施）－Check（評価）－Act（改善）の段階を繰り返すことをいう。）の確立を目的として、「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、補助対象となる事業の審査から評価までを一貫して行う等、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施に向けて、組合及び連合会においては、振興指針、振興計画の内容がいつて広く広報を図り、組合未加入の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、生衛法の趣旨及び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、保健所設置市又は特別区への営業の許可申請又は届出等の際に、営業者

に対して、生衛法の趣旨、関係する組合の内容、所在地及び連絡先等について情報提供を行う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

| | 事業名 | 達成 | 概ね達成 | 主な事業 |
|----|-------------------------------|-----|------|--|
| 1 | 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業 | 42% | 42% | ・衛生管理講習会の開催 ・衛生マニュアルの作成及び配布 |
| 2 | 施設及び設備の改善に関する事業 | 5% | 36% | ・店舗特性を踏まえた改装や設備の導入投資 |
| 3 | 消費者の利益の増進に関する事業 | 19% | 43% | ・標準営業約款制度の推進 ・賠償責任保険への加入促進 ・講習会の開催 ・メニュー開発の促進 |
| 4 | 経営管理の合理化及び効率化に関する事業 | 29% | 33% | ・経営講習会又は各種研修会の開催 ・経営に関する相談及び指導 |
| 5 | 従業者の技能の改善向上に関する事業 | 41% | 27% | ・技術講習会の開催 |
| 6 | 取引関係の改善及び事業の共同化等に関する事業 | 38% | 48% | ・関係業界等との情報交換会の開催 ・共同購入の実施 |
| 7 | 従業者の福祉の充実に関する事業 | 36% | 45% | ・各種保険の加入促進 ・共済制度の加入促進 |
| 8 | 事業の承継及び後援者支援に関する事業 | 25% | 50% | ・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 |
| 9 | 食品関連情報の提供及び行政施策の推進に関する事業 | 45% | 30% | ・機関誌等による情報提供 ・講習会の開催 |
| 10 | 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% | 44% | ・食品循環資源の再利用に関する情報提供 |
| 11 | 省エネルギーの強化等に関する事業 | 23% | 46% | ・省エネルギー機器の導入 |
| 12 | 少子高齢化社会等への対応に関する事業 | 16% | 42% | ・子ども又は高齢者向けメニューの作成 ・施設のバリアフリー化への促進 |
| 13 | 食育への対応に関する事業 | 26% | 53% | ・食育に関する講習会の開催 |
| 14 | 禁煙等に関する事業 | 37% | 53% | ・研修会又は講習会の開催 ・店舗改装の実施 |
| 15 | 地域との共生に関する事業 | 64% | 32% | ・地域イベントへの参加 ・福祉施設への慰問 ・ポスター等の作成及び配布 |

(注) データは、平成22年度から平成25年度までの評価結果を集計したもの。

第三 めん類飲食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

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及び団らん等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営業者が引き続き担い、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図ることが求められる。特に、めん類飲食店営業は、人材育成を図ることが極めて重要であるが、営業者の高齢化が進む一方、若者の採用も難しいため、重要な課題である。

また、いわゆる「買い物弱者」になり易いことが危惧される高齢者、障害者及び一人暮らしの者並びに子育て世帯及び共働き世帯等のニーズに的確に対応することで、営業者が営業を行う地域の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付けが強化され、生活者の安心を支える役割を担うことが期待される。併せて、社会全体の少子高齢化の進展や障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律（平成25年法律第65号。以下「障害者差別解消法」という。）の施行を踏まえ、全ての消費者が店舗を円滑に利用できるよう、ソフト、ハード両面におけるバリアフリー化及びユニバーサルデザイン化の取組が求められる。

さらには、国際的に日本食の人気が高まる中、「和食；日本人の伝統的な食文化」が国連教育科学文化機関（以下「ユネスコ」という。）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訪日外国人旅行者の増加につなげていくことが期待される。

一方で、ホテル、旅館及び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、めん類飲食店営業においても、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。）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。

高騰するエネルギー価格の問題に的確に対応するため、省エネルギー関係設備の導入等を推進する必要がある。

そのほか、受動喫煙防止対策への積極的な取組が期待される。

各々の営業者は、これらを十分に認識し、各般の対策に積極的に取り組むことにより、めん類飲食店営業に対する消費者の理解と信頼の向上を図ることを目標とすべきである。

二 今後5年間（平成27年度から平成31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

衛生問題は、食中毒等食品衛生上の問題、感染症の流行対策、不当表示への対応など、営業者の地道な取組にとどまらず、保健所等衛生関係機関及び公益財団法人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。

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、調理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。

さらに、食の安全性及び信頼性に対する国民の関心が高まる中、産地及び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、地域で孤立する中小規模の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及び地域社会への貢献

めん類飲食店営業は、そばやうどんという我が国の伝統的食品を提供するものであり、また、近年、健康的な食品としての関心が高まってきていることから、今後も、引き続き、日常生活の充実と日本の食文化に大きく貢献することになると考えられるが、他方で、原材料価格の高騰やコンビニエンスストア等のいわゆる中食産業及びうどん類の大規模チェーン店等に代表される外食産業の増加等により、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を的確に把握し、専門性や地域密着、対面接客等の特性を活かし、競争軸となる強みを見だし、独自性を十分に発揮し、以下の点に留意しつつ、拡大する市場の中で経営展開を行っていくことが求められる。

(1) 消費者ニーズの把握と創意工夫による経営展開

多様化する消費者のニーズを的確に捉え、新たな消費者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、「材料等へのこだわり」、「オリジナル性のあるメニュー」、「見た目の美味しさ」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、消費者のめん類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、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。

(2) 高齢者、障害者等への配慮

高齢化の進展は、高齢者向けのサービス需要の広がりにもつながり、また、障害者差別解消法の制定を受けて、障害者の社会参加の推進がますます求められていることを踏まえ、専門性や独自のこだわり等の特性を活かしつつ、高齢者や障害者等が利用しやすい設備の整備など、これらのニーズにきめ細かに応じた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。特に、障害者差別解消法では、民間事業者において、障害者に対し合理的な配慮を行うよう努めなければならないとされていることから、これを踏まえ、ソフト、ハード両面におけるバリアフリー化及びユニバーサルデザイン化の取組を進める必要がある。

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、障害者及び一人暮らしの者並びに子育て世帯及び共働き世帯等に対して身近な買い物についての不便や不安を感じさせ、「買い物弱者」の問題を顕在化させる。地域の身近な営業者には、地域社会に必要な商品及びサービスを提供することにより、「買い物弱者」になりがちな高齢者等から頼られる位置付けを確立し、中長期的な経営基盤の強化を図ることが期待される。

(3) 訪日外国人旅行者への配慮

平成25年度の訪日外国人旅行者数は、史上初めて1,000万人を突破し、今後も、アジア各国からの富裕層旅行者の増加や、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」を含む各種イベントの開催等による我が国への関心の高まりにより、訪日外国人旅行者数の更なる増加が見込まれる。

政府は、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」において、2020年までに訪日外国人旅行者を2,000万人まで増加させることを目指し、ビザ要件の緩和やいわゆるLCC（ローコストキャリア）の参入促進による航空ネットワークの充実等に取り組むこととしており、めん類飲食店営業においても、外国語表記の充実や外国人とのコミュニケーション能力の向上を図ることが求められる。

加えて、国際的に日本食の人気が高まる中、「和食；日本人の伝統的な食文化」が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、今後、国際化への更なる対応を行うことで、海外での事業展開や訪日外国人旅行者の増加につなげていくことが期待される。

また、インターネット経由での観光情報の入手を容易にし、訪日外国人旅行者の利便性を向上させるため、公衆無線LANの環境整備が期待される。

(4) メニュー表示等の食品表示に関する対応

平成26年に、景品表示法が二度にわたり改正され、表示に対する監視指導体制の強化や事業者の表示管理体制の強化に加え、不当な表示を行った事業者に対する課徴金の制度が設けられた。このため、営業者においても、これまで以上に表示の重要性を認識し、コンプライアンスの強化を図ることが求められる。

また、アレルギー疾患対策基本法（平成26年法律第98号）の制定により、国としてアレルギー疾患対策を総合的かつ計画的に推進することとされたことから、営業者においても、食物アレルゲン情報の自主的な情報提供の促進に向けた対応が望まれる。

- (5) 省エネルギーへの対応
高騰するエネルギー価格の問題に的確に対応するため、LED照明装置やエネルギー効率の高い空調設備等の導入を進めることが期待される。
- (6) 受動喫煙防止対策への対応
受動喫煙防止について、非喫煙者及び喫煙者への配慮とそれぞれが自由に選択できる環境の整備、分煙及び時間分煙等の対策に取り組むことが期待される。

3 税制及び融資の支援措置

組合又は組合員には、税制優遇措置及び株式会社日本政策金融公庫（以下「日本公庫」という。）を通して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である営業者が借りた場合に、対象設備については、日本公庫の基準金利よりも低利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における低利融資の仕組み（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

組合は、公衆衛生の向上及び消費者の利益の増進に資する目的で、組合員たる営業者の営業の振興を図るための振興計画を策定することができる。組合及び連合会には、適切な振興計画を策定するとともに、独自の財源や予算措置を活用して、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及び実施を行い、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。

加えて、組合及び連合会には、振興指針及び振興計画の内容について広く広報を図り、組合未加入の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る。広報を行う際には、組合活動への参画のイメージを分かりやすく提示するなど、営業者の目線に立った情報提供を行うことが求められる。

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及び日本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公庫に期待される役割

多くの営業者が経営基盤の脆弱な中小規模の営業者であることに鑑み、都道府県指導センター及び日本公庫において、組合と連携しつつ、営業者へのきめ細かな相談及び指導その他必要な支援等を行い、予算措置、融資による金融措置（以下「金融措置」という。）及び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、金融措置については、審査及び決定を行う日本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、日本公庫と都道府県指導センターが協力して、融資手続や事業計画の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、各々の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。

加えて、都道府県指導センターにおいて、組合が行う生活衛生改善貸付に係る審査を代行するなど、金融措置の利用の促進を図ることが期待される。

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連携を図り、信頼性の高い情報の発信及び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、金融措置及び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及び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、地域で孤立する中小規模の営業者のほか、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 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

めん類飲食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及び支援並びに消費者のめん類飲食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 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

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、容器及び食器等の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

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

また、営業者は、衛生管理上の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店舗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。

加えて、従業員の清潔な着衣の使用、手洗いの励行及び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) 衛生面における店舗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舗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。特に食材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、保管庫及び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、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する商品及び良質なサービスを提供し、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。

特に、家族経営等の場合、営業者や従業員が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、経営改革に取り組むことが重要であることから、以下の事項に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した上で分析し、自店舗や地域の特性を踏まえ、強みを見いだし、経営方針を明確化し、自店舗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 自店舗の立地条件、消費者層、資本金、経営能力及び技術力等の経営上の特質の把握

イ 周辺競合店舗に関する情報収集と比較

ウ ターゲットとする消費者層の特定

エ 重点商品の明確化

オ 店舗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、熟練技能及び専門的知識の習得及び伝承並びに後継者の育成

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、サービス及び店作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とともに、新たな消費者を獲得することが重要であることから、以下の事項に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 従業員等の教育及び研修の徹底

② 「手間」と「こだわり」による独自サービスの提供

③ そば粉の割合が高い高品質のそばの提供

④ 伝統的なつゆの継承並びに消費者の嗜好に合ったつゆの研究及び提供

⑤ 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

⑥ 消費者との信頼関係の構築

⑦ 専門性を高めた高付加価値の提供

⑧ 看板商品へのこだわり

⑨ めん類に関する情報提供

⑩ 優秀な人材の獲得並びに若手従業員の育成、指導及び資質向上

⑪ 魅力ある職場づくり（人と人の心のチームワーク）

⑫ 外国語表示の推進

イ 消費者の食の安全への関心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 総カロリー表示及び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

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作り

① 清潔で入りやすく、誰もがくつろぎやすい店舗の雰囲気作り

② 分かりやすい価格表示

③ 高品質な商品の設定

④ お得感を訴求したメニュー開発

⑤ 地産地消の食材を使用したメニューの提供

⑥ 四季折々の食材を使用したメニューの提供

⑦ 昼食時の特別メニューの提供

⑧ 子どもや高齢者等に配慮したメニューの提供

- ⑨ 視覚からおいしさを伝えるための食材に応じた盛りつけの工夫及び器等で店舗の特色を表す工夫
- ⑩ 家族客をターゲットとした休日営業の実施
- ⑪ 出前サービスの強化

(3) 店舗及び設備の改善に関する事項

営業者は、鮮度管理の求められる食品を提供する営業店舗であることを十分認識するとともに、近年の省エネルギー及び節電の要請にも応じ、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 安全で衛生的な店舗となるような定期的な内外装の改装
- イ 各店舗の特性に合致するような伝統を重んじた清潔な雰囲気醸成
- ウ 高齢者及び障害者等に配慮したバリアフリー対策の実施
- エ 節電及び省エネルギーの推進
- オ 経営の合理化及び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消費者の獲得及び消費者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 ホームページの開設等による積極的な情報発信
- イ 消費者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 飲食情報サイト及び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及び予約の受付
- カ クレジットカード決済及び電子決済の導入及び普及
- キ 店舗等における公衆無線LAN環境の整備
- ク コンピュータ及び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

営業者は、消費者の食の安全への関心の高まり及び健康志向等に対応し、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、天然と養殖を区別する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や「健康な食事」に係るガイドラインの活用
- エ カロリーや塩分量に関する表示
- オ 分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（苦情処理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
- ケ 訪日外国人旅行者等の習慣に配慮した取組

(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、接客態度、消費者への知識提供等の面でのサービスの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、顧客管理及び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) 店舗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、店舗及び設備の改善に関する指導、助言及び情報提供等、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 消費者に対するめん類についての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及びめん類飲食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 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及び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で行う、取引条件の合理的改善及び組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（退職金及び生命保険等をいう。）の整備及び強化に努めること。
また、男女共同参画社会の推進及び少子高齢化社会への適切な対応に配慮した従業員の福祉の充実に努めること。
 - (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、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及び支援に努めること。
- 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及び助言等の支援
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、保健所設置市及び特別区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組合の振興計画の策定に対する指導及び支援
 - (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、整理及び情報提供
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
めん類飲食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 災害又は事故等の発生時における適時、適切な風評被害防止策の実施
 - (4) 日本公庫
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

めん類飲食店営業においては、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、めん類飲食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、地域との共生及び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付けを確保することが期待される。

一 環境の保全、省エネルギー強化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設備、冷房設備及び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照明装置及び蓄電設備等の導入
- (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及び減量
- 2 組合及び連合会に期待される役割
 - (1) 食品循環資源の再生利用の仕組みの構築
 - (2) 業種を超えた組合間の相互協力
 - (3) 食品循環資源の再生利用に向けた組合員以外の営業者への参加促進及び普及啓発
- 3 日本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、障害者及び一人暮らしの者並びに子育て世帯及び共働き世帯等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
 - (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及び強化
 - (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、障害者及び女性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、障害者及び子育て中の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、食の安全への関心の高まり及び健康志向等への対応
 - 1 営業者に期待される役割
 - (1) 食文化の継承のための食事マナー及び調理方法の普及
 - (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品の開発及び提供
 - (6) 総カロリー表示及び塩分量表示等の推進
 - (7) 訪日外国人旅行者への対応
 - 2 組合及び連合会に期待される役割

効果的な食育の実施方法についての研究の実施
 - 3 日本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、消費者層、経営方針及び店舗の規模等を考慮した上で、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) 酒類提供飲食店における飲酒運転根絶等に向けた必要な措置
 - 2 組合及び連合会に期待される役割

効果的な受動喫煙防止対策及び飲酒運転根絶についての研究の実施
 - 3 日本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、地域住民に対してめん類飲食店営業の存在、提供する商品及びサービスの内容並びに営業の社会的役割及び意義をアピールするとともに、地域で増加する「買い物弱者（高齢者、障害者及び一人暮らしの者並びに子育て世帯及び共働き世帯等）」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付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及び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
 - (2) 「賑わい」や「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) ポイントサービス事業及びスタンプ事業の実施
 - (4) 地域の防犯、消防、防災、交通安全及び環境保護活動の推進に対する協力
 - (5) 地産地消の推進
 - (6) 災害対応能力の維持向上
 - (7) 地震等の大規模災害が発生した場合における、地域住民への支援
 - 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、指導及び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及び大学等との連携活動の推進
 - (5) 商店街役員へのめん類飲食店営業の若手経営者の登用
 - (6) 地域における新規開業希望者の育成
- 3 日本公庫に期待される役割
- 融資の実施等によるきめ細かな相談及び指導を通じた営業者及び新規開業希望者の支援
- 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した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及び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) 被災した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) 被災した営業者の営業再開を通じた地域コミュニティの復元
 - (3) 従業員及び消費者に対する節電啓発
 - (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
- 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) 震災発生時の消費者の避難誘導などを通じた帰宅困難者に対する支援等の取組
 - (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，被災した営業者及び被災した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) 被災した営業者の再生支援及び経営安定化のための施策
 - (2) 被災した営業者の営業再開のための施策
 - (3) 被災地における社会経済の再生及び生活再建と地域の復興のための施策
- 4 日本公庫に期待される役割
- 被災した営業者に対するきめ細やかな相談及び支援を通じた低利融資等の実施

◎旅館業の振興指針

平成27年2月12日
厚生労働省告示第24号

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和32年法律第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22年厚生労働省告示第78号）の全部を次のように改正し、平成27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（以下「営業者」という。）が、旅館業法（昭和23年法律第138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、旅館業の振興指針を定めてきたところであるが、今般、営業者及び生活衛生同業組合（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、営業者及び組合等の具体的活用に至るよう、実践的かつ戦略的な指針として全部改正を行った。

今後、営業者及び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、営業者及び利用者等のニーズを反映して、適時かつ適切に本指針を改定するものとする。

第一 旅館業を取り巻く状況

一 営業者の動向

旅館業は、国民に健全で、衛生的かつ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するとともに、近年の訪日外国人旅行者の増加を踏まえ、外国人宿泊者についても積極的に受け入れ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21年度の48,966軒から平成25年度は43,363軒に減少する一方で、ホテルは同時期で9,688軒から9,809軒に増加している。客室数は、旅館は同時期で791,893室から735,271室に減少する一方で、ホテルは798,070室から827,211室に増加している。1軒当たりの客室数は、同時期で、旅館は約16.2室から約17.0室に増加し、ホテルは約82.4室から約84.3室に増加している（厚生労働省「衛生行政報告例」による。）。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、外国人宿泊者向け売上上の動向について、平成24年12月から平成25年11月までの動向と平成23年12月から平成24年11月までの動向を比較した調査では、旅館業においては、「増加」と回答した割合が22.4%、「変わらない」が72.0%、「減少」が5.6%となっており、平成32年に「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」の開催が決まったことを受けての外国人宿泊者の受入れ姿勢として、「今後、受け入れを強化していきたい」と回答した割合が29.3%となっている（株式会社日本政策金融公庫（以下「日本公庫」という。）」「生活衛生関係営業の景気動向等調査」による。）。

二 消費動向

平成25年の1世帯あたり（2人以上の世帯）の宿泊料支出は22,519円で、前年比1,649円増であった。また、「国内パック旅行費」については、34,233円で、前年比1,445円増であった。（総務省「家計調査報告」による。）。

また、平成25年の延べ宿泊者数は約4億6,589万人泊で、対前年度比6.0%の高い伸びを示しており、そのうち、外国人延べ宿泊者数は約3,350万人泊で、対前年度比27.3%と大幅な伸びを示している。国籍（出身地）別では、第1位は台湾、第2位が中国、第3位が韓国となっている（観光庁「宿泊旅行統計調査」による。）。

平成23年11月から平成24年10月までの国内旅行の動向についての調査によれば、国内旅行の回数は2回以内が約6割、宿泊日数（年間合計）は2日以内が約半数を占めている。国内旅行に伴う支出額（年間合計）は、以前に比べて宿泊日数、支出金額が「増えた」割合は25.9%となっているが、若者（20代）は他の年代に比べて「増えた」割合が高く、特に、20代女性は37.1%となっている。背景の一つとして、20代女性では一人旅が増えたことが挙げられる。シニア層（60歳以上）は、宿泊日数、支出金額が他の年代より多くなっている（日本公庫「国内宿泊施設の利用に関する消費者意識と旅館業の経営実態調査」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（複数回答）としては、「宿泊プランの見直し」43.1%、「顧客サービスの充実」42.4%、「施設・設備の改装」38.1%、「食事メニューの工夫」31.4%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旅館業の組合（平成26年12月末現在で47都道府県で設立されている組合）においては、前期の旅館業の振興指針（平成22年厚生労働省告示第78号）を踏まえ、生衛法第56条の3に基づき、振興計画を策定及び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か年のうち4か年終了時である平成25年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

国庫補助金としての予算措置（以下「予算措置」という。）については、平成23年度より、外部評価の導入を通じた効果測定の検証やPDCAサイクル（事業を継続的に改善するため、Plan（計画）－Do（実施）－Check（評価）－Act（改善）の段階を繰り返すことをいう。）の確立を目的として、「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、補助対象となる事業の審査から評価までを一貫して行う等、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施に向けて、組合及び連合会においては、振興指針及び振興計画の内容について広く広報を図り、組合未加入の営業者への加入勧誘を図ることが期待される。

組合への加入、非加入は営業者の任意であるが、生衛法の趣旨及び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、保健所設置市又は特別区への営業の許可申請又は届出等の際に、営業者に対して、生衛法の趣旨、関係する組合の内容、所在地及び連絡先等について情報提供を行う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

| | 事業名 | 達成 | 概ね達成 | 主な事業 |
|----|-------------------------------|-----|------|--|
| 1 | 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業 | 35% | 49% | ・衛生管理講習会の開催 ・衛生マニュアルの作成及び配布 |
| 2 | 施設及び設備の改善に関する事業 | 6% | 43% | ・施設特性を踏まえた改装や設備の導入投資 |
| 3 | 利用者の利益の増進に関する事業 | 34% | 56% | ・講習会の開催 ・ネット事業サービスの充実化 ・パンフレット等の配布 ・シルバースター登録施設への加入促進 |
| 4 | 経営管理の合理化及び効率化に関する事業 | 26% | 56% | ・経営講習会又は各種研修会の開催 ・経営に関する相談及び指導 |
| 5 | 従業者の技能の改善向上に関する事業 | 26% | 48% | ・技術講習会の開催 |
| 6 | 取引関係の改善及び事業の共同化等に関する事業 | 32% | 48% | ・関係業界等との情報交換会の開催 ・共同購入の実施 |
| 7 | 従業者の福祉の充実にに関する事業 | 21% | 48% | ・共済制度等の加入促進 ・定期健康診断の実施 |
| 8 | 事業の承継及び後継者支援に関する事業 | 31% | 53% | ・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 |
| 9 | 省エネルギーの強化及び環境保全の推進に関する事業 | 13% | 48% | ・省エネルギー機器の導入 ・公害防止の遵守と設備改善の推進 |
| 10 | 食品循環資源等の再生利用の推進に関する事業 | 5% | 49% | ・食品循環資源の再利用に関する情報提供 |
| 11 | 少子高齢化社会等への対応に関する事業 | 20% | 33% | ・子ども又は高齢者向けメニューの作成 ・施設のバリアフリー化の促進 ・人に優しい地域の宿づくりの推進 |
| 12 | 地域との共生に関する事業 | 38% | 46% | ・地域イベントへの参加 ・福祉施設への慰問 ・ポスター等の作成及び配布 |

(注) データは、平成22年度から平成25年度までの評価結果を集計したもの。

第三 旅館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

旅館業は、国民に健全で、衛生的かつ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するとともに、近年の訪日外国人旅行者の増加を踏まえ、外国人宿泊者についても積極的に受け入れてきたところである。こうした重要な役割を旅館業が引き続き担い、衛生課題に適切に対応しつつ、国民生活の向上に貢献するとともに、国際化に対応し、増加する訪日外国人旅行者に対し、思い出に残る適切なサービスを提供できるよう、経営環境や利用者のニーズなど、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。

旅館業は、食品を取り扱う施設であることから、ノロウイルス等に起因する食中毒の発生に対する防止対策を適切に講じるとともに、空調設備や入浴設備等におけるレジオネラ症の防止対策やトコジラミ等の衛生害虫の駆除対策など施設内の衛生的な環境の維持に取り組む必要がある。

ヒトやモノの国際的な往来が活発になってきていることから、感染症対策についても、行政機関と連携した対応が、これまで以上に求められる。

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、このようなニーズに的確に対応することが必要である。

社会全体の少子高齢化の進展や障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律（平成25年法律第65号。以下「障害者差別解消法」という。）の施行を踏まえ、全ての利用者が施設を円滑に利用できるよう、ソフト両面におけるバリアフリー化及びユニバーサルデザイン化の取組が求められる。

増加する訪日外国人旅行者への対応としては、宿泊施設においても、インターネットによる宿泊サービスの予約、公衆無線LAN環境の整備等の外国人宿泊者の受入れ体制を整備することが必要である。

ホテル、旅館及び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、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。）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。

建築物の耐震改修の促進に関する法律の一部を改正する法律（平成25年法律第20号。以下「改正耐震改修促進法」という。）の施行を踏まえ、建築物の耐震診断を着実に実施するとともに、耐震改修を推進することが求められる。また、東日本大震災の際に見られたように、災害が発生した場合の被災者の受入れ等にも積極的に取り組むことが期待される。

高騰するエネルギー価格の問題に的確に対応するため、省エネルギー関係設備の導入等を推進する必要がある。

そのほか、受動喫煙防止対策や生活習慣病予防対策への積極的な取組が期待される。

各々の営業者は、これらを十分に認識し、一般の対策に積極的に取り組むことにより、旅館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27年度から平成31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

衛生問題は、食中毒等食品衛生上の問題、レジオネラ症の防止対策、衛生害虫の問題、感染症の流行対策及び不当表示への対応等があり、営業者の地道な取組にとどまらず、保健所等衛生関係機関及び公益財団法人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。

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や、空調設備や入浴設備等の設備又はその周辺が発生源となる感染症が発生した場合には、多くの利用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、日頃の地道な衛生管理の取組が重要である。

さらに、食の安全性及び信頼性に対する国民の関心が高まる中、産地及び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。

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食品の安全性の確保及び感染症対策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並びに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、地域で孤立する中小規模の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 経営方針の決定と利用者及び地域社会への貢献

旅館業は、訪日外国人旅行者の増加や時間に比較的余裕のある高齢者の増加により今後の市場拡大が見込まれる反面、大手外国資本の我が国への進出や既存施設を利用した新たな宿泊形態の出現による競争の激化、宿泊に対する利用者のニーズの多様化への対応などの課題があり、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、利用者のニーズや世帯動向を的確に把握し、専門性や地域密着、対面接客等の特性を活かし、競争軸となる強みを見いだし、独自性を十分に発揮し、以下の点に留意しつつ、拡大する市場の中で経営展開を行っていくことが求められる。

(1) 個人旅行及び少人数のグループ旅行並びにニューツーリズム等の新しい体験型及び交流型の旅行形態への対応

多様化する宿泊に対する利用者のニーズに的確に対応するため、旅館ごとの独自の経営方針の下、他の旅館との「違い」をアピールし、利用者のリピート率を高める必要がある。また、これまで観光資源としては気付かれていなかったような地域固有の資源を新たに活用し、エコツーリズム、グリーンツーリズム、ヘルスツーリズム及び産業観光等の取組を進めるとともに、地域の飲食店等と連携した取組を行うなど、地域活性化につながる新しい旅行の仕組みに対応することが望まれる。

(2) 高齢者及び障害者等への配慮

高齢化の進展は、高齢者向けのサービス需要の広がりにもつながり、また、障害者差別解消法の制定を受けて、障害者の社会参加の推進がますます求められていることを踏まえ、専門性や独自のこだわり等の特性を活かしつつ、高齢者や障害者等が利用しやすい設備の整備など、これらのニーズにきめ細かに応じた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。特に、障害者差別解消法では、民間事業者において、障害者に対し合理的な配慮を行うよう努めなければならないとされていることから、これを踏まえ、ソフト、ハード両面におけるバリアフリー化及びユニバーサルデザイン化の取組を進める必要がある。

(3) 訪日外国人旅行者への配慮

平成25年度の訪日外国人旅行者数は、史上初めて1,000万人を突破し、今後も、アジア各国からの富裕層旅行者の増加や、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」を含む各種イベントの開催等による我が国への関心の高まりにより、訪日外国人旅行者数の更なる増加が見込まれる。

政府は、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」において、2020年までに訪日外国人旅行者を2,000万人まで増加させることを目指し、ビザ要件の緩和やいわゆるLCC（ローコストキャリア）の参入促進による航空ネットワークの充実等に取り組むこととしており、旅館業においても、外国語表記の充実や外国人とのコミュニケーション能力の向上を図ることが求められる。

(4) インターネットの活用の推進

個人旅行及び少人数のグループ旅行においては、旅行者が自ら宿泊施設を予約するケースが多いことから、旅館自らによるホームページ等の開設や、宿ネット等の宿泊予約サイトの活用が、これまで以上に求められる。

また、インターネットの活用は、外国人宿泊者の獲得にも有効であり、また、訪日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（クレジットカード会社（以下「カード会社」という。）が間に入って宿泊予約をすることにより、予約者に対して、宿泊する部屋の確保を保証する制度であって、予約者が不泊であった場合に、旅館に対して、カード会社を通じた、キャンセル料の支払が行われるものをいう。以下同じ。）の導入は、旅館業の経営を安定させる観点からも有効である。

さらに、公衆無線LANの環境整備により、インターネット経由で情報にアクセスしやすくすることで、観光情報の入手のみならず、災害時における情報の受発信も容易となることから、その推進が求められる。

(5) メニュー表示等の食品表示に関する対応

平成26年に、景品表示法が二度にわたり改正され、表示に対する監視指導体制の強化や事業者の表示管理体制の強化に加え、不当な表示を行った事業者に対する課徴金の制度が設けられた。このため、営業者においても、これまでに以上に表示の重要性を認識し、コンプライアンスの強化を図ることが求められる。

また、アレルギー疾患対策基本法（平成26年法律第98号）の制定により、国としてアレルギー疾患対策を総合的かつ計画的に推進することとされたことから、営業者においても、食物アレルギー情報の自主的な情報提供の促進に向けた対応が望まれる。

(6) 耐震改修の促進と災害時の被災者の受入れ等

改正耐震改修促進法の施行を踏まえ、一定規模以上の建築物について耐震診断の実施が義務づけられるとともに、耐震化の円滑な促進のための措置が講じられることとなったことから、対象建築物の耐震診断を着実に実施するとともに、耐震改修の促進を図ることが求められる。また、被災者にとって、長期の避難所生活は心身への負担が大きいことから、東日本大震災時に積極的な取組がなされたように、プライバシーが確保され、心身の疲労を癒やせる施設の提供にも積極的に取り組むことが期待される。

(7) 省エネルギーへの対応

高騰するエネルギー価格の問題に的確に対応するため、LED照明装置やエネルギー効率の高い空調設備等の導入を進めることが期待される。

(8) 健康増進活動の推進

受動喫煙防止について、非喫煙者及び喫煙者への配慮とそれぞれが自由に選択できる環境の整備、分煙及び時間分煙等の対策に取り組むことが期待される。

また、生活習慣病予防等を目的とした宿泊型の保健指導プログラムの活用について、医療保険者等と連携して、積極的に協力することが期待される。

3 税制及び融資の支援措置

組合又は組合員には、税制優遇措置及び日本公庫を通して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、耐震改修や耐震診断を含め、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である営業者が借りた場合に、日本公庫の基準金利よりも低利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における低利融資の仕組み（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

組合は、公衆衛生の向上及び利用者の利益の増進に資する目的で、組合員たる営業者の営業の振興を図るための振興計画を策定することができる。組合及び連合会には、適切な振興計画を策定するとともに、独自の財源や予算措置を活用して、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及び実施を行い、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。

加えて、組合及び連合会には、振興指針及び振興計画の内容について広く広報を図り、組合未加入の営業者への加入勧誘を図ることが期待される。広報を行う際には、組合活動への参画のイメージを分かりやすく提示するなど、営業者の目線に立った情報提供を行うことが求められる。

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及び日本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公庫に期待される役割

多くの営業者が経営基盤の脆弱な中小規模の営業者であることに鑑み、都道府県指導センター及び日本公庫において、組合と連携しつつ、営業者へのきめ細かな相談及び指導その他必要な支援等を行い、予算措置、融資による金融措置（以下「金融措置」という。）及び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、金融措置については、審査及び決定を行う日本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、日本公庫と都道府県指導センターが協力して、融資手続や事業計画の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、各々の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。

加えて、都道府県指導センターにおいて、組合が行う生活衛生改善貸付に係る審査を代行するなど、金融措置の利用の促進を図ることが期待される。

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連携を図り、信頼性の高い情報の発信及び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、金融措置及び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及び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、地域で孤立する中小規模の営業者のほか、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 旅館業の振興の目標を達成するために必要な事項

旅館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及び支援並びに利用者の旅館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

旅館業は、食品に加え、寝具、空調設備及び入浴設備等の的確な衛生管理が求められる営業である。このため、営業者は、食品衛生法（昭和22年法律第233号）や旅館業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、食品衛生や感染症の予防に関する専門的な知識を深めるとともに、従業員の健康管理にも十分留意し、調理器具、寝具、空調設備及び入浴設備等の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

食品取扱施設でのノロウイルス等に起因する食中毒の発生や二次感染を防止するため、手洗いの徹底、調理器具の消毒、従業員の健康管理及び施設の衛生管理上の自主点検を行い、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必要である。特に、ノロウイルスの感染を拡大させないよう、おう吐物等の処理や寝具等の消毒に関して適切に対応しなければならない。

空調設備や入浴設備の衛生管理においては、レジオネラ症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対策の充実を図ることが必要である。

加えて、トコジラミ等の衛生害虫の駆除対策として、トコジラミ等に関する正しい知識を持ち、適切な防除法を選択して対応することが必要である。

また、営業者は、従業員に対し、衛生管理を徹底するための研修会及び講習会を受講させ、衛生管理の手引の作成等による普及啓発を行うとともに、施設内における感染症の予防のため、発熱等の感染症が疑われる症状のある従業員に適切な対応を行うなど従業員の健康管理に十分留意するとともに、感染症が疑われる利用者への対応も含めた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、自主点検の結果を施設内に表示するなど、衛生管理のために自施設が講じている措置について、利用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、手洗いの励行及び施設の清掃等により、利用者には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

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、食事を提供するのための調理器具、容器及び食器等の衛生管理の改善に取り組むことや、清潔で快適な入浴設備を整備するために、換気、防湿、衛生害虫等の駆除並びに脱衣室及びトイレ等の清掃を行うほか、足拭きマット等の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が必要である。

また、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、利用者に対して安全対策に関する適切な情報提供を行う必要がある。

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、多様な利用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、家族経営等の場合、営業者や従業員が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、経営改革に取り組むことが重要であることから、以下の事項に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した上で分析し、自施設や地域の特性を踏まえ、強みを見いだし、経営方針を明確化し、自施設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 自施設の立地条件、利用者層、資本金及び経営能力等の経営上の特質の把握

イ 周辺競合施設に関する情報収集と比較

ウ ターゲットとする利用者層の特定

エ 重点サービスの明確化

オ 施設のコングレートの明確化

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、熟練技能及び専門的知識の習得及び伝承並びに後継者の育成

ク 施設の有効活用による収益源の多様化

ケ 若手人材の活用による経営手法の開拓

コ 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

利用者のニーズやライフスタイルの変化に的確に対応し、利用者が安心して利用できるように自施設の魅力を増し、

利用者の満足度を向上させるとともに、新たな利用者を獲得することが重要であることから、以下の事項に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 従業員等の教育及び研修の徹底
- 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 飲食等の附帯的サービスの充実
- ⑤ 高齢者及び障害者への対応
- ⑥ 子育て中の者への対応
- ⑦ 若者の一人旅への対応
- ⑧ 利用者との信頼関係の構築
- ⑨ 専門性を高めた高付加価値の提供
- ⑩ 看板サービスへのこだわり
- ⑪ 優秀な人材の獲得並びに若手従業員の育成、指導及び資質向上
- ⑫ 魅力ある職場作り（人と人の心のチームワーク）

イ 利用者の食の安全への関心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 総カロリー表示及び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 生活習慣病を予防する取組への参画

ウ 利用者のニーズやライフスタイルの変化等に対応した施設作り

- ① 清潔で入りやすく、誰もがくつろぎやすい施設の雰囲気作り
- ② インターネット等による予約等の実施
- ③ 地産地消の食材を使用したメニューの提供
- ④ 四季折々の食材を使用したメニューの提供

エ 訪日外国人旅行者の受入れ対応

- ① 訪日外国人旅行者とのコミュニケーション能力の向上
- ② 外国語表示の推進
- ③ 施設等における公衆無線LAN環境の整備
- ④ インターネット等による予約等の実施
- ⑤ 旅行ガイドブックへの掲載
- ⑥ 外国語エリアマップの提供
- ⑦ 我が国の伝統行事等に触れる機会の創出
- ⑧ 訪日外国人旅行者の習慣への対応
- ⑨ クレジットカード決済及び電子決済の導入及び普及
- ⑩ ギャランティ・リザーベーション制度の導入

(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 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 各施設の特性に合致するような伝統を重んじた清潔な雰囲気醸成（個人旅行や少人数のグループ旅行への対応のための施設の改修を含む。）

ウ 高齢者及び障害者等に配慮したバリアフリー対策の実施

エ 節電及び省エネルギーの推進

オ 経営の合理化及び効率化のための改善

カ 受動喫煙の防止

キ 耐震改修の推進

(4) 情報通信技術を利用した新規利用者の獲得及び利用者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 ホームページの開設等による積極的な情報発信

イ 利用者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 インターネット等による予約等の実施

オ クレジットカード決済及び電子決済の導入及び普及

カ 施設等における公衆無線LAN環境の整備

キ コンピュータ及び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

営業者は、景品表示法等の関係法令を遵守し、提供するサービス内容及び料金について表示の適正化を図り、適切な情報提供を行い、利用者に納得と安心感を与えるとともに、利用者からの苦情に誠実に対応し、問題の早急かつ円滑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 源泉の温泉成分、浴槽の循環ろ過や加水等の有無の表示
- エ 分かりやすい価格表示
- オ 利用者の疑問や苦情への的確な対応（苦情処理マニュアルの作成等）
- カ 従業員に対する危機管理教育の徹底
- キ 賠償責任保険等の活用
- ク 訪日外国人旅行者等の習慣に配慮した取組

(6) 従業員の資質の向上に関する事項

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

従って、営業者は、従業員の資質の向上に関する情報を収集し、接客技術や調理技術に関する知識の習得を目指した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積極的参加等、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。

特に、今後増加する外国人宿泊者への対応能力の向上は重要な課題であり、先進的な取組事例等も参考にしつつ、外国人宿泊者とのコミュニケーション能力の向上を図る。

(7) シルバースター登録制度の推進に関する事項

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

営業者は、高齢者等が安心して利用できる施設整備等の重要性を認識し、利用者の利便を図るため、シルバースターの認定登録を受けるよう努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

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、衛生管理に関するマニュアル等の普及並びに衛生管理に関するパンフレットの作成等に係る指導及び助言に努めること。

(2) 施設、設備及び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、利用者の利益の増進等、高齢者、障害者及び外国人宿泊者等への対応並びに省エネルギー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、助言及び情報提供等、必要な支援に努めること。

(3) 利用者の利益の増進に関する事項

サービス内容の適正表示や営業者における接客手引及び作業手引の基本となるマニュアルの作成、苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成に努めること。

また、連合会が運営する宿ネットの充実、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とともに、国際化に伴う訪日外国人旅行者の受入れ促進のため、外国人宿泊者に対するコミュニケーション能力向上に関する研修の充実を努めること。

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等の顕彰制度の推進に努めること。

(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及び旅館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。

また、事業再生を進める観点から、そ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こと。

さらに、関係機関との連携の下、新規開業希望者を対象として、創業や事業承継に関する助言及び相談を行う取組の推進に努めること。

(5) 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

接客及び調理等の基礎的な技術の向上並びに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並びに技能コンテストの開催等の教育制度の充実強化に努めること。

(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及び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を推進するとともに、食品業界や宿泊施設関係設備業界等関係業界の協力を得ながら、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、旅行業等の関連業界と連携し、情報の収集及び交換の機会の確保に努めるとともに、誘客宣伝事業の推進に努めること。

(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（退職金及び生命保険等をいう。）の

整備及び強化に努めること。

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

(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、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こと。

2 行政施策及び政策金融による営業者の支援及び利用者の信頼の向上

(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及び助言等の支援
- 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、保健所設置市及び特別区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組合の振興計画の策定に対する指導及び支援

(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、整理及び情報提供
- 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

旅館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 旅館に関する指導監督
- イ 旅館に関する情報提供その他必要な支援
- ウ 災害又は事故等の発生時における適時、適切な風評被害防止策の実施

(4) 日本公庫

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

旅館業においては、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、地域との共生及び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付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空調設備及び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照明装置及び蓄電設備等の導入
- (3) 廃棄物の最小化及び分別回収の実施
- (4) 温室効果ガス排出の抑制
- (5) 食品循環資源の再生利用等実施率の向上
- (6) 食品循環資源の再生利用、食品残さの抑制及び減量

2 組合及び連合会に期待される役割

- (1) 食品循環資源の再生利用の仕組みの構築
- (2) 業種を超えた組合間の相互協力
- (3) 食品循環資源の再生利用に向けた組合員以外の営業者への参加促進及び普及啓発

3 日本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

- (1) 積極的なバリアフリー対策の実施
- (2) 高齢者に配慮したメニューや少量メニューの提供
- (3) 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
- (4) 受動喫煙の防止
- (5) 従業員に対する教育及び研修の充実及び強化
- (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、障害者及び女性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、障害者及び子育て中の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 食の安全への関心の高まりや健康志向等への対応
 - 1 営業者に期待される役割
 - (1) 食品の安全性に関する知識の普及の支援
 - (2) 食物アレルギー物質の有無の表示
 - (3) 健康増進への取組
 - 2 組合及び連合会に期待される役割
 - 食の安全への関心の高まりや健康志向等へ効果的に対応する方法についての研究の実施
 - 3 日本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
 - (1) 受動喫煙の防止
 - (2) 飲酒運転根絶に向けた必要な措置及びアルコール健康障害を発生させるような不適切な飲酒の誘引防止
 - 2 組合及び連合会に期待される役割
 - 効果的な受動喫煙防止対策及び飲酒運転根絶等についての研究の実施
 - 3 日本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
 - 1 営業者に期待される役割
 - (1) 地域の街づくりへの積極的な参加及び地域の営業者と連携したサービスの提供
 - (2) 「賑わい」や「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) ポイントサービス事業及びスタンプ事業の実施
 - (4) 地域の防犯，消防，防災，交通安全及び環境保護活動の推進に対する協力
 - (5) 暴力団排除等への対応
 - (6) 災害対応能力の維持向上
 - (7) 地震等の大規模災害が発生した場合における，地域住民への支援
 - 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，指導及び援助ができる指導者の育成
 - (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及び大学等との連携活動の推進
 - (5) 商店街役員への旅館業の若手経営者の登用
 - (6) 地域における新規開業希望者の育成
 - 3 日本公庫に期待される役割
 - 融資の実施等によるきめ細かな相談及び指導を通じた営業者及び新規開業希望者の支援
- 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した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及び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) 被災した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) 被災した営業者の営業再開を通じた地域コミュニティの復元
 - (3) 従業員及び利用者に対する節電啓発
 - (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
 - 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) 震災発生時の利用者の避難誘導などを通じた帰宅困難者に対する支援等の取組
 - (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，被災した営業者及び被災した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) 被災した営業者の再生支援及び経営安定化のための施策
 - (2) 被災した営業者の営業再開のための施策
 - (3) 被災地における社会経済の再生及び生活再建と地域の復興のための施策
 - 4 日本公庫に期待される役割
 - 被災した営業者に対するきめ細やかな相談及び支援を通じた低利融資等の実施

◎食肉販売業の振興指針

平成28年2月25日
厚生労働省告示第40号

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和32年法律第164号）第56条の2第1項の規定に基づき、食肉販売業の振興指針（平成23年厚生労働省告示第53号）の全部を次のように改正し、平成28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（以下「営業者」という。）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、営業者及び生活衛生同業組合（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、営業者及び組合等の具体的活用にあ資するよう、実践的かつ戦略的な指針として全部改正を行った。

今後、営業者及び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、適時かつ適切に本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 営業者の動向

食肉販売業の許可を受けた施設数は、全国で141,871施設（平成26年度末現在）であり、10年前（平成16年度末）と比較して10,446施設の減となっている。平成22年度から平成26年度までの新規営業施設数は64,528施設、廃業施設数は62,752施設と新設が廃業を上回っている（厚生労働省「衛生行政報告例」による。）。
平成26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57.5%であり、また、経営者の年齢は、60から69歳が36.2%、70歳以上が28.3%と、60歳以上が全体の64.5%となっている。後継者の有無は、40.3%が「あり」、55.4%が「なし」と回答している。また、経営上の課題（複数回答）として、72.4%が「原材料費の上昇」、59.6%が「客数（注文数）の減少」、47.9%が「水道・光熱費の上昇」、40.2%が「施設・設備の老朽化」と回答している（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

消費者の意識調査において、平成26年度の食肉の種類別購入頻度は、牛肉では38.2%が「週に1日程度」、23.7%が「月に2～3日程度」と合わせて約6割を占めている。豚肉は32.2%が「週に2～3日程度」、44.3%が「週に1日程度」、鶏肉は28.4%が「週に2～3日程度」、44.0%が「週に1日程度」と、いずれも合わせて7割以上を占めている。過年度調査（平成24年度・平成25年度調査）との比較においては、牛肉はいずれの購入頻度も増加傾向にあり、特に「週に1日程度」とする割合は平成24年度に比べて約9%上昇している。また、食肉購入時に重視する項目については、いずれも「価格が手頃であること」が最も多くなっており、消費者の節約志向が続いている（公益財団法人日本食肉消費総合センター「食肉に関する意識調査」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（複数回答）としては、「接客サービスの充実」が36.4%と最も多く、次いで「価格の見直し」が35.3%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。）。食肉・食鳥肉販売業を営む者が、売上拡大に向け強く意識している課題としては、「商品・サービス力のアップ」が68.0%と最も多く、次いで「経営の参考となる情報の収集」が28.6%、「知名度の向上」が24.5%となっている。また、売上拡大に向け障害となっている外部環境としては、「顧客の高齢化」が32.7%と最も多く、次いで「消費者の低価格志向」が33.3%、「同業者との競合が激しい」が27.2%となっている（株式会社日本政策金融公庫（以下「日本公庫」という。）「生活衛生関係営業の景気動向等調査（2015年4～6月期）特別調査」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食肉販売業の組合（平成26年12月末現在、45都道府県で設立されている組合）においては、前期の食肉販売業の振興指針（平成23年厚生労働省告示第53号）を踏まえ、生衛法第56条の3第1項に基づき、振興計画を策定し、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か年のうち4か年終了時である平成26年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

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

| | 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 | 74% | 21% | ・衛生管理講習会の開催 ・衛生マニュアル等の作成及び配布 ・巡回指導、消費者意識調査 |
| 2 | 施設及び設備の改善に関する事業 | 14% | 36% | ・施設等の整備及び改装 ・資金の借入れ等に関する講習会の開催 |
| 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 | 71% | 21% | ・食肉公正競争規約の普及浸透 ・苦情相談窓口の設置 ・食肉料理教室等の開催 |
| 4 | 経営管理の近代化及び合理化に関する事業 | 33% | 40% | ・経営講習会又は各種研修会の開催 ・経営に関する相談及び指導の実施 |

| | | | | |
|----|----------------------------|-----|-----|--|
| 5 | 営業者及び従業員の技能及び接遇の改善向上に関する事業 | 28% | 51% | ・技術講習会の開催 ・地域支援事業の実施 |
| 6 | 事業の共同化及び協業化に関する事業 | 36% | 26% | ・関係業界等との情報交換会の開催 ・冷凍車の共同購入、共通利用券の販売 |
| 7 | 仕入れ方法の工夫及び取引関係の改善に関する事業 | 44% | 20% | ・食肉等の共同購入供給の推進 ・情報交換会の開催 |
| 8 | 従業員の福祉の充実に関する事業 | 52% | 30% | ・共済制度の加入促進 ・定期健康診断の受診促進 |
| 9 | 事業承継及び後継者支援に関する事業 | 22% | 37% | ・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 | 環境の保全及びリサイクル対策の推進に関する事業 | 30% | 37% | ・講習会等の開催 ・パンフレット等の配布 |
| 11 | 食育への対応に関する事業 | 49% | 23% | ・消費者に対する啓発セミナーの開催 ・パンフレット等の配布 |
| 12 | 少子高齢化社会への対応に関する事業 | 43% | 30% | ・講習会等の開催 ・地域イベントへの参加 ・ポスター等の作成及び配布 |
| 13 | 地域との共生に関する事業 | 64% | 18% | ・地域イベントへの参画 ・福祉施設等への慰問 |

(注) データは、平成 23 年度から平成 26 年度までの評価結果を集計したものの。

国庫補助金としての予算措置（以下「予算措置」という。）については、平成 23 年度より、外部評価の導入を通じた効果測定を検証や PDCA サイクル（事業を継続的に改善するため、Plan（計画）－Do（実施）－Check（評価）－Act（改善）の段階を繰り返すことをいう。）の確立を目的として、「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、補助対象となる事業の審査から評価までを一貫して行う等、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、事業目標及び成果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施に向けて、組合及び連合会においては、本指針及び振興計画の内容について広報を行い、組合未加入の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、生衛法の趣旨及び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、保健所設置市又は特別区は、営業者による営業の許可申請又は届出等の際に、営業者に対して、生衛法の趣旨並びに関係する組合の活動内容、所在地及び連絡先等について情報提供を行う等の取組の実施が求められる。

第三 食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

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。こうした重要な役割を営業者が引き続き担い、国民生活の向上に貢献するため、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図ることが求められる。

特に、食肉販売業においては、営業者の高齢化が進む一方、若者の採用も難しいという状況の中で、いかに人材育成を図るかということが重要な課題である。

また、いわゆる「買い物弱者」になりやすいと考えられる高齢者、障害者及び一人暮らしの者並びに子育て世帯及び共働き世帯等のニーズに的確に即応することで、営業者の商店街における重要な構成員としての位置付けを強化し、地域の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を担うことが期待される。

併せて、社会全体の少子高齢化の進展や障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律（平成 25 年法律第 65 号。以下「障害者差別解消法」という。）の施行を踏まえ、全ての消費者が店舗を円滑に利用できるよう、ソフト、ハード両面におけるバリアフリー化及びユニバーサルデザイン化の取組が求められる。

一方で、ホテル、旅館及び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、食肉販売業においても、食品表示法（平成 25 年法律第 70 号）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。

そのほか、省エネルギー関係設備の導入等についても推進する必要がある。

各々の営業者は、これらを十分に認識し、各般の対策に積極的に取り組むことにより、食肉販売業に対する消費者の理解と信頼の向上を図ることを目標とすべきである。

二 今後 5 年間（平成 28 年度から平成 32 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

食中毒、口蹄疫や牛海綿状脳症（BSE）問題、不当表示問題等の衛生問題に対しては、営業者、保健所等関係行政機関及び公益財団法人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。）等が連携を密にして対応することが求められる。

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、調理等の過程において細菌等の汚染により食中毒等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等から、

日頃からの地道な衛生管理の取組が重要である。

また、食の安全性及び信頼性に対する国民の関心が高まる中、産地及び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。

一たび問題が発生すると、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、知識及び意識の向上に資する普及啓発を行うとともに、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、地域で孤立する中小規模の営業者は、重要な公衆衛生情報を把握しにくいことも考えられるため、当該営業者に対し組合加入を促進するなど、公衆衛生情報の提供が円滑に行われるよう取り組むことが期待される。

2 経営方針の決定と消費者及び地域社会への貢献

スーパーマーケット、コンビニエンスストア等の進出によって、在来型の商店街の多くが淘汰されている。こうした中で、営業者は、消費者のニーズや地域の世帯動向を的確に把握した上で、以下の点に留意しつつ、競争軸となる強みを見出し、専門性や地域密着、対面接客等の独自性を発揮しながら経営展開を行っていくことが求められる。

(1) 消費者ニーズの把握と創意工夫による経営展開

身近な営業者としての役割が発揮されるよう、消費者の要望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、御用聞きといった消費者ニーズを把握し、これに積極的に応えていくことが必要である。また、創意工夫を活かした看板商品の提供など、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。

(2) 高齢者及び障害者等への配慮

高齢化の進展により、高齢者向けのサービス需要が増大していることから、営業者の専門性や独自のこだわり等の特性を活かしつつ、高齢者のニーズにきめ細かに応じた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。

また、障害者差別解消法において、民間事業者は、障害者に対し合理的な配慮を行うよう努めなければならないとされていることから、ソフト、ハード両面におけるバリアフリー化及びユニバーサルデザイン化の取組を進める必要がある。

人口減少、少子高齢化及び過疎化の進展は、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り、「買い物弱者」が身近な買い物に不便や不安を感じることも多い。地域の営業者には、地域社会に必要な商品及びサービスを提供することにより、「買い物弱者」等からの信頼を得、中長期的な経営基盤の強化を図ることが期待される。

3 税制及び融資の支援措置

食肉販売業の組合又は組合員には、生活衛生関係営業の一つとして、税制優遇措置及び日本公庫を通して低利融資を受ける仕組みがある。

税制優遇措置としては、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、組合が共同配送用車輻若しくは共同蓄電設備を購入し、又は組合の会館を建て替える際に活用することができる。

融資としては、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である営業者が借りた場合に、日本公庫の基準金利よりも低利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に低利率の融資を受けることができる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

組合は、公衆衛生の向上及び消費者の利益の増進に資する目的で、組合員たる営業者の営業の振興を図るための振興計画を策定することができる。組合には、地域の実情に応じ、適切な振興計画を策定することが求められる。

また、組合及び連合会には、予算措置や独自の財源を活用して、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しながら事業の企画立案及び実施を行い、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。

加えて、組合及び連合会には、本指針及び振興計画の内容について広報を行い、組合未加入の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る。広報を行う際には、組合活動への参画のイメージを分かりやすく提示するとともに、日本公庫の組合員向けの融資制度を周知するなど、営業者の目線に立った情報提供を行うことが求められる。

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、保健所等関係行政機関及び日本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公庫に期待される役割

多くの営業者が経営基盤の脆弱な中小規模の営業者であることに鑑み、都道府県指導センター及び日本公庫において、組合と連携しつつ、営業者へのきめ細かな相談及び指導その他必要な支援等を行い、予算措置、融資による金融措置（以下「金融措置」という。）及び税制優遇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、金融措置については、審査及び決定を行う日本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、日本公庫と都道府県指導センターが協力して、融資手続や事業計画の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、各々の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。

加えて、都道府県指導センターにおいて、組合が行う生活衛生改善貸付に係る審査を代行するなど、金融措置の利用

の促進を図ることが期待される。

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連携を図り、信頼性の高い情報の発信及び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、金融措置及び税制優遇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及び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、地域で孤立する中小規模の営業者のほか、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及び支援並びに消費者の食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

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加工機器、容器等の衛生管理の改善に取り組む必要がある。

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

また、営業者は、衛生管理上の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店舗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。

加えて、従業員の清潔な着衣の使用、手洗いの励行及び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) 衛生面における店舗及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生管理の取組に加えて、定期的かつ適切に自店舗の施設及び設備の衛生面の改善に取り組む必要がある。特に食肉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、加工機器及び容器等の改善に取り組む必要がある。

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商品及び良質なサービスを提供し、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。

家族経営等の場合、営業者や従業員が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、経営改革に取り組むことが特に重要であることから、以下の事項に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した上で分析し、自店舗や地域の特性を踏まえ、強みを見いだし、経営方針を明確化し、自店舗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ことから、以下の事項に選択的に取り組むことが期待される。

ア 自店舗の立地条件、消費者層、資本金、経営能力及び技術力等の経営上の特質の把握

イ 周辺競合店舗に関する情報収集と比較

ウ ターゲットとする消費者層の特定

エ 重点商品の明確化

オ 店舗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、熟練技能及び専門的知識の習得及び伝承並びに後継者の育成

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、サービス及び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とともに、新たな消費者を獲得することが重要であることから、以下の事項に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 従業員等の教育及び研修の徹底

② 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

③ 「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及び懇切丁寧

な接客

- ④経営者自らによる顧客の要望の把握
- ⑤優秀な人材の獲得並びに若手従業員の育成、指導及び資質向上
- ⑥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自家製ソーセージ等付加価値の高い商品の提供
- ③肉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肉惣菜類（自家製商品）を含む新たなサービスの開発及び展開
- ⑥お得感を訴求した商品の開発及び提供

(3) 店舗及び設備の改善に関する事項

営業者は、鮮度管理の求められる食品を提供する営業店舗であることを十分認識するとともに、近年の省エネルギー及び節電の要請にも応じ、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 安全で衛生的な店舗とするための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 高齢者及び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の施設及び冷凍設備等の整備
- オ 節電及び省エネルギーの推進
- カ 経営の合理化及び効率化のための改善
- キ 賠償責任保険への加入促進

(4) 情報通信技術を利用した新規消費者の獲得及び消費者の定着に関する事項

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し、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 消費者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 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及び予約の受付
- カ クレジットカード決済及び電子決済の導入及び普及
- キ コンピュータ及び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

営業者は、消費者の食の安全への関心及び健康志向の高まり等に対応し、食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 食肉卸売や小売販売における、関係法規等を遵守した適切な表示及び情報提供への取組
- イ 商品の品目、飼育者、飼育方法、処理日時、加工方法等の情報提供
- ウ 商品の展示及び包装方法の工夫
- エ 食材の原産地表示
- オ 分かりやすい価格表示
- カ 消費者の疑問や苦情への的確な対応（苦情処理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 外国語商品表示の推進

(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、接客態度、消費者への知識提供等の面でのサービスの向上に努めるとともに、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、顧客管理及び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、良質な商品の提供を行うため、以下の事項に取り組むことが期待される。

- 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) 店舗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のため、店舗及び設備並びにサービスの改善に関する指導、助言及び情報提供等、必要な支援に努めることが期待される。

(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、以下の事項に取り組むことが期待される。

- ア 苦情相談窓口の開設
 - イ 商品の適正表示マニュアルの作成及び普及啓発
 - ウ 苦情対応マニュアルの作成及び普及啓発
 - エ トレーサビリティの推進
 - オ 生産者、生産地等に関する情報の収集及び提供
 - カ 危機管理マニュアルの作成
 - キ 消費者に対する、食肉についての正しい知識に関する普及啓発
 - ク 消費者調査に基づく消費者嗜好の把握
 - ケ 消費者の要望に対応したメニュー及びサービスについての情報提供
- (4) 経営マネジメントの合理化及び効率化に関する事項
先駆的経営事例、地域的経営環境条件及び食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
営業者及び従業員の技能の向上を図るため、以下の事項に取り組むことが期待される。
- 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 接客の基本となるマニュアルの作成
- (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及び実施に係る指導に努めることが期待される。
- (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、以下の事項に取り組むことが期待される。
- 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で行う、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) 従業員等の福祉の充実に関する事項
従業員の労働条件整備及び労働関係法令の遵守に関する助言、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、年金保険及び労働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等制度（退職金、生命保険等をいう。）の整備及び強化に努めることが期待される。
また、男女共同参画社会の推進及び少子高齢化社会の進展を踏まえ、従業員の福祉の充実を図ることが期待される。
- (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、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及び助言等の支援
 - 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、保健所設置市及び特別区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組合の振興計画の策定に対する指導及び支援
- (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、整理及び情報提供
 - 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が期待される。
- 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 災害又は事故等の発生時における適時、適切な風評被害防止策の実施
- (4) 日本公庫
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

食肉販売業に対しては、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、食肉販売業に密接に関連する食育への対応、サービス業界全体の活性化や生産性向上に向けた取組の推進、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、環境の保全、食品循環資源の再生利用の推進及び東日本大震災への対応といった課題に積

極的に取り組み、社会的責任を果たしていくことが要請される。こうした課題への対応は、個々の業者が中心となって、関係者の適切な支援の下で行われることが必要である。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付けを確保することが期待される。

一 食育、食の安全への関心の高まり及び健康志向等への対応

1 業者に期待される役割

- (1) 食文化の継承のための食事マナー及び調理方法の普及
- (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品の開発及び提供
- (6) 総カロリー表示及び塩分量表示等の推進

2 組合及び連合会に期待される役割

効果的な食育の実施方法についての研究の実施

3 日本公庫に期待される役割

融資の実施等による業者の支援

二 サービス産業の活性化及び生産性向上への対応

1 業者に期待される役割

- (1) サービスの提供及びプロセスの改善
- (2) ITの利活用

2 組合及び連合会に期待される役割

業者の経営基盤の健全化を図るための情報の収集及び提供

3 日本公庫に期待される役割

融資の実施等による業者の支援

三 少子高齢化社会等への対応

1 業者に期待される役割

業者は、高齢者、障害者及び一人暮らしの者並びに子育て世帯及び共働き世帯等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が期待される。

- (1) 積極的なバリアフリー対策の実施
- (2) 従業員に対する教育及び研修の充実及び強化
- (3) 障害者差別解消法の規定に基づく障害者への合理的配慮

2 組合及び連合会に期待される役割

高齢者、障害者及び子育て中の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 日本公庫に期待される役割

融資の実施等による業者の支援

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 業者に期待される役割

業者は、地域住民に対して食肉販売業の存在、提供する商品及びサービスの内容並びに営業の社会的役割及び意義をアピールするとともに、地域で増加する「買い物弱者」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付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及び強化や商店街の活性化につなげることが期待される。

- (1) 地域の街づくりへの積極的な参加
- (2) 「賑わい」や「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) ポイントサービス事業及びスタンプ事業の実施
- (4) 地域の防犯、消防、防災、交通安全及び環境保護活動の推進に対する協力
- (5) 地産地消の推進
- (6) 災害対応能力の維持向上
- (7) 地震等の大規模災害が発生した場合における、地域住民への支援

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、指導及び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及び大学等との連携活動の推進
- (5) 商店街役員への食肉販売業の若手経営者の登用
- (6) 地域における新規開業希望者の育成

3 日本公庫に期待される役割

融資の実施等によるきめ細かな相談及び指導を通じた業者及び新規開業希望者の支援

五 環境の保全、省エネルギー強化及び食品循環資源の再生利用の推進

1 業者に期待される役割

- (1) 省エネルギー対応の冷凍設備、冷房設備及び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照明装置及び蓄電設備等の導入
- (3) 食品循環資源の再生利用等実施率の向上

- (4) 食品ロスの削減、食品廃棄物の発生抑制
- (5) 廃棄物の最小化、分別回収の実施
- (6) 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) 食品循環資源の再生利用の仕組みの構築
 - (2) 業種を超えた組合間の相互協力
 - (3) 食品循環資源の再生利用に向けた組合員以外の営業者への参加促進及び普及啓発
- 3 日本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
- 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した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及び将来を見据えた復興への取組を進めていくことが必要である。

 - 1 営業者に期待される役割
 - (1) 被災した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) 被災した営業者の営業再開を通じた地域コミュニティの復元
 - (3) 従業員及び消費者に対する節電啓発
 - (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
 - 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) 震災発生時の消費者の避難誘導などを通じた帰宅困難者に対する支援等の取組
 - (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、被災した営業者及び被災した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が必要である。

 - (1) 被災した営業者の再生支援及び経営安定化のための施策
 - (2) 被災した営業者の営業再開のための施策
 - (3) 被災地における社会経済の再生及び生活再建と地域の復興のための施策
 - 4 日本公庫に期待される役割

被災した営業者に対する低利融資の実施並びにきめ細やかな相談及び支援

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

平成29年3月9日
厚生労働省告示第68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24年厚生省告示第148号）の全部を次のように改正し、平成29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、飲食店営業及び喫茶店営業の振興指針を定めてきたところであるが、今般、営業者及び生活衛生同業組合（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、営業者及び組合等の具体的活用に資するよう、実践的かつ戦略的な指針として全部改正を行った。

今後、営業者及び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、適時かつ適切に本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1,424,920施設（平成28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220,138施設（平成28年3月末現在）であり、10年前（平成18年3月末）と比較してそれぞれ78,539施設の減、68,950施設の減となっている。平成24年度から平成27年度までの営業許可・使用確認新規件数は飲食店営業で650,828施設、喫茶店営業91,324施設、平成24年度から平成27年度までの営業廃止・営業取消件数は飲食店営業で654,530施設、喫茶店営業135,763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13.1%、経営者の年齢が60歳から69歳の割合が36.9%、経営者の年齢が70歳以上の割合が17.6%で、経営者の年齢が60歳以上の割合が54.5%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49.0%、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13.9%で、経営者の年齢が60歳以上の割合が44.5%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7.1%、経営者の年齢が60歳から69歳の割合が37.0%、経営者の年齢が70歳以上の割合が18.8%で、経営者の年齢が60歳以上の割合が55.8%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49.8%、経営者の年齢が60歳から69歳の割合が30.1%、経営者の年齢が70歳以上の割合が16.7%で、経営者の年齢が60歳以上の割合が46.8%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32.8%、経営者の年齢が60歳から69歳の割合が28.2%、経営者の年齢が70歳以上の割合が18.9%、経営者の年齢が60歳以上の割合が47.1%となっている。

経営上の課題（複数回答）としては、「客数の減少」、「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。）。また、株式会社日本政策金融公庫（以下「日本公庫」という。）が行った「生活衛生関係営業の景気動向等調査（平成28年7～9月期）」において、飲食業の経営上の問題点は、「顧客数の減少」（45.3%）、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」（39.6%）、「従業員の確保難」（23.9%）の順に高くなっている。

二 消費動向

平成27年の1世帯あたり（2人以上の世帯）の外食支出は169,626円で、前年比2,889円の増であった。主な外食支出の内訳は、中華そばが5,999円、和食が23,345円、中華食が4,691円、洋食が12,912円、喫茶代が5,973円となっている（総務省「家計調査報告」による。）。)

平成27年の飲食店営業及び喫茶店営業の市場規模は160,108億円で、前年比2,861億円増であった。主な市場規模の内訳は、食堂・レストランが96,905億円、その他の飲食店が11,568億円、喫茶店が11,279億円となっている（一般社団法人日本フードサービス協会附属機関外食産業総合調査研究センター「平成27年外食産業市場規模推計」による。）。)

日本公庫が行った「外食に関する消費者意識と飲食店の経営実態調査（平成25年12月18日）」によると、1年前に比べて外食の回数が「増えた」と回答した消費者の割合は16.9%となった。なお、日本公庫が行った「生活衛生関係営業の景気動向等調査特別調査（平成27年7～9月期）」において飲食業の販売価格の動向を見ると、「販売価格を引き上げた」と回答した事業者の割合が20.6%となっている。

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（複数回答）として、一般飲食業では、「食事メニューの工夫」が61.2%、「接客サービスの充実」が55.0%、「価格の見直し」が33.0%、「広告・宣伝等の強化」が25.1%、中華料理業では、「食事メニューの工夫」が56.8%、「接客サービスの充実」が34.7%、「価格の見直し」が24.0%、「広告・宣伝等の強化」が18.9%、料理業では、「食事メニューの工夫」が64.5%、「接客サービスの充実」が50.7%、「広告・宣伝等の強化」が25.4%、「価格の見直し」が22.5%、社交業では、「接客サービスの充実」が49.6%、「食事メニューの工夫」が22.5%、「広告・宣伝等の強化」が21.8%、喫茶店営業では、「食事メニューの工夫」が48.8%、「接客サービスの充実」が44.2%、「価格の見直し」が24.6%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。）。)

また、日本公庫が行った「外食に関する消費者意識と飲食店の経営実態調査（平成25年12月18日）」において、集客に

に向けた取組は、「ホームページの開設・公開」、「飲食店情報検索サイトへの登録・活用」、「ブログ、SNSの活用」の順に高くなっている。また、経営面の管理に向けた取組は、「お店の損益状況（売上高、利益の数値）の定期的な把握」、「材料費の管理」、「目標売上、利益の設定」の順に高くなっている。

第二 前期の振興計画の実施状況

組合については、平成27年12月末現在で、一般飲食業が36都府県、中華料理業が24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27都道府県で設立されており、前期の振興指針（平成24年厚生労働省告示第148号）を踏まえ、生衛法第56条の3第1項に基づき、振興計画を策定し、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か年のうち4か年終了時である平成27年度末に実施した自己評価は表1から表5までのとおりである。

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）

| | 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 | 36% | 48% | ・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 ・関連団体主催の研修会等への参加 |
| 2 | 施設及び設備の改善に関する事業 | 21% | 59% | ・省エネ設備・リサイクル施設等の導入 |
| 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 | 24% | 59% | ・外国人客への対応マニュアルの配布 ・ホームページ・情報誌による情報提供 ・組合ホームページにおける組合加入店舗の周知 ・ITに関する講習会の開催 ・融資に対する特別相談員の設置 ・経営改善講習会、各種研修会の開催 |
| 4 | 経営マネジメントの合理化及び効率化に関する事業 | 34% | 50% | ・経営改善講習会、各種研修会の開催 ・各都道府県の生活衛生営業指導センター、日本公庫との連携 |
| 5 | 経営者及び従業員の技能の向上に関する事業 | 22% | 34% | ・ヘルシーメニュー開発等調理技術講習会の開催 ・調理技術等の周知 ・調理師・ふぐ調理師免許や各種資格等取得の推進 |
| 6 | 事業の共同化及び協業化に関する事業 | 16% | 52% | ・パンフレット等による周知 ・他団体主催の研修会等への参加 ・共同購入の実施 |
| 7 | 取引関係の改善に関する事業 | 44% | 34% | ・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 | 25% | 56% | ・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 ・レクリエーションの実施 |
| 9 | 事業の承継及び後継者支援に関する事業 | 22% | 41% | ・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 | 30% | 55% | ・機関誌・ホームページ・パンフレット等による情報提供 ・原産地表示の徹底 |
| 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 | 19% | 52% | ・ゴミ減量化に関する広報 ・廃油回収の促進 ・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 | 人口減少・高齢化等への対応に関する事業 | 17% | 37% | ・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 ・高齢者向けの料理の講習会 |
| 13 | 食育への対応に関する事業 | 27% | 57% | ・親子料理教室の開催 ・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 ・保健所等による講習会への参加 |
| 14 | 禁煙等に関する事業 | 35% | 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 ・分煙の推進 |
| 15 | 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））に関する事業 | 52% | 26% | ・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） |
| 16 | 東日本大震災への対応と節電行動の徹底に関する事業 | 29% | 46% | ・都道府県内の支部ごとでの災害時における支援体制確立に対する支援 ・節電に関する啓発活動やマニュアルの配布 |

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）

| | 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 | 48% | 24% | ・食品管理、衛生管理等に関する講習会の開催 ・衛生指導員による衛生検査の実施 |
| 2 | 施設及び設備の改善に関する事業 | 19% | 33% | ・厨房設備・IT関連設備の導入 |
| 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 | 52% | 19% | ・商品の原産地、カロリー、アレルギー等の情報の提供 ・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 |
| 4 | 経営マネジメントの合理化及び効率化に関する事業 | 25% | 60% | ・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 | 経営者及び従業員の技能の向上に関する事業 | 57% | 33% | ・講習会やコンクールの開催 ・新メニュー開発等調理技術講習会の開催 ・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 | 26% | 53% | ・共通食材・調理器具等の展示会・商談会の開催 ・商社との懇談会の実施 ・共同購入の実施 |
| 7 | 取引関係の改善に関する事業 | 48% | 33% | ・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 | 26% | 52% | ・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 ・レクリエーションの実施 |
| 9 | 事業の承継及び後継者支援に関する事業 | 38% | 33% | ・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 | 43% | 48% | ・機関誌・ホームページ・パンフレット等による情報提供 ・各都道府県の生活衛生営業指導センターとの連携 |
| 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 | 16% | 42% | ・生ごみ・廃油回収システムの構築 ・ポスターや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 | 人口減少・高齢化等への対応に関する事業 | 24% | 35% | ・地域の子どもや高齢者に対する「見守り隊」の活動推進 ・高齢者等向けの食事メニューの開発 ・店舗のバリアフリー推進 |
| 13 | 食育への対応に関する事業 | 37% | 32% | ・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 |
| 14 | 禁煙等に関する事業 | 32% | 21% | ・飲酒運転・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 ・店舗内禁煙タイムの設定 |
| 15 | 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））に関する事業 | 44% | 44% | ・地域イベント（まつり・商店街での清掃等）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 ・地域振興の商品券の普及推進 |
| 16 | 東日本大震災への対応と節電行動の徹底に関する事業 | 46% | 31% | ・災害対策セミナーの実施 ・被災地域の食材を用いた研修会の実施 |

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）

| | 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 | 48% | 24% | ・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 ・食中毒防止対策の啓発 |
| 2 | 施設及び設備の改善に関する事業 | 19% | 33% | ・換気設備・バリアフリー施設への更新 |
| 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 | 52% | 19% | ・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 |

| | | | | |
|----|--|-----|-----|---|
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> ・経営改善講習会の実施 ・伝統文化の紹介イベントの開催 |
| 4 | 経営マネジメントの合理化及び効率化に関する事業 | 25% | 60% | <ul style="list-style-type: none"> ・経営改善講習会、各種研修会の開催 ・インターネットを用いた産地との直販事業の拡大 |
| 5 | 経営者及び従業員の技能の向上に関する事業 | 57% | 33% | <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・広報誌の発行 |
| 6 | 事業の共同化及び協業化に関する事業 | 26% | 53% | <ul style="list-style-type: none"> ・ホームページによる組合員店舗の宣伝 ・組合員と原材料仲介業者との情報交換会の実施 |
| 7 | 取引関係の改善に関する事業 | 48% | 33% | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | 従業員の福祉の充実に関する事業 | 26% | 52% | <ul style="list-style-type: none"> ・共済制度の加入促進 ・定期健康診断の実施 ・レクリエーションの実施 ・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% | 33% | <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・若手経営者の会合の支援 |
| 10 | 食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事業 | 43% | 48% | <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 |
| 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 | 16% | 42% | <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 ・LED照明の活用の推進 ・廃油・使用済割り箸の再利用に関する事業の推進 |
| 12 | 人口減少・高齢化等への対応に関する事業 | 24% | 35% | <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者向け献立の作成、情報提供 ・宅配サービス研修会の開催 ・行政主催の子育て支援講習会への協力 |
| 13 | 食育への対応に関する事業 | 37% | 32% | <ul style="list-style-type: none"> ・ホームページでの情報提供 ・学生インターンシップの受入れ ・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 | 禁煙等に関する事業 | 25% | 46% | <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 ・受動喫煙防止に関する先進事例の収集 ・分煙化の推進 |
| 15 | 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））に関する事業 | 25% | 58% | <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 ・地域での防犯活動への協力 ・暴力団追放運動の会議への参加 |
| 16 | 東日本大震災への対応と節電行動の徹底に関する事業 | 16% | 47% | <ul style="list-style-type: none"> ・節電に関するマニュアルの配布 ・被災地同業者への支援の継続 |

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）

| | 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 | 48% | 24% | <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 ・保健所による従業員に対する保菌検査の実施 ・食中毒の流行状況等の情報提供 |
| 2 | 施設及び設備の改善に関する事業 | 19% | 33% | <ul style="list-style-type: none"> ・省エネ設備・音響設備等の導入 |
| 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 | 52% | 19% | <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・地域の酒造メーカーと連携した安価での商品提供 |
| 4 | 経営マネジメントの合理化及び効率化に関する事業 | 25% | 60% | <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 |
| 5 | 経営者及び従業員の技能の向上に関する事業 | 57% | 33% | <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 ・他団体が主催する研修会等への参加 ・組合新聞の発行 |
| 6 | 事業の共同化及び協業化に関する事業 | 26% | 53% | <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 ・インターネットを活用した原材料購入の推進 ・試飲会の実施 |
| 7 | 取引関係の改善に関する事業 | 48% | 33% | <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 | 従業員の福祉の充実に関する事業 | 26% | 52% | <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 | 38% | 33% | <ul style="list-style-type: none"> ・後継者育成セミナーの実施 ・人材育成システムの検討 ・相談室の設置 |
| 10 | 食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事業 | 43% | 48% | <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 ・研修会・講習会の開催 ・県主催の講習会への参加 ・地元食材の普及活動への協力 |
| 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 | 16% | 42% | <ul style="list-style-type: none"> ・指定ゴミ袋の安価での供給 ・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 | 人口減少・高齢化等への対応に関する事業 | 24% | 35% | <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者・女性向けのメニューの開発推進 ・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 | 37% | 32% | <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 ・食育に関する講習会の開催 |
| 14 | 禁煙等に関する事業 | 27% | 42% | <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・喫煙ルールに関するステッカーの配布 |
| 15 | 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））に関する事業 | 56% | 38% | <ul style="list-style-type: none"> ・暴力団排除活動講習会への参加 ・自治体との情報共有 ・防犯パトロールの実施 ・地域の防災・防犯活動への協力 |
| 16 | 東日本大震災への対応と節電行動の徹底に関する事業 | 20% | 40% | <ul style="list-style-type: none"> ・被災地同業者への支援の継続 ・節電に関する啓発活動やマニュアルの配布 |

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）

| | 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 | 48% | 24% | <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 ・衛生管理に係るパンフレット等の作成・配布 ・食中毒防止の啓発 |
| 2 | 施設及び設備の改善に関する事業 | 19% | 33% | <ul style="list-style-type: none"> ・省エネ設備・音響設備等の導入 |
| 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 | 52% | 19% | <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・パンフレットの配布 ・苦情窓口の設置 |
| 4 | 経営マネジメントの合理化及び効率化に関する事業 | 25% | 60% | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | 経営者及び従業員の技能の向上に関する事業 | 57% | 33% | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | 26% | 53% | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | 48% | 33% | <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 | 従業員の福祉の充実に関する事業 | 26% | 52% | <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 ・レクリエーションの実施 |
| 9 | 事業の承継及び後継者支援に関する事業 | 38% | 33% | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | 43% | 48% | <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 |
| 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 | 16% | 42% | <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 ・リサイクル施設の見学 |
| 12 | 人口減少・高齢化等への対応に関 | 24% | 35% | <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者等向けのメニューの開発推進 |

| | | | | |
|----|--|-----|-----|--|
| | する事業 | | | <ul style="list-style-type: none"> ・補助犬に関する知識の普及 ・バリアフリー対策の推進 |
| 13 | 食育への対応に関する事業 | 37% | 32% | <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 ・食育に関する講習会の開催 |
| 14 | 禁煙等に関する事業 | 38% | 46% | <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・地域の飲酒運転防止イベントへの参加 |
| 15 | 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））に関する事業 | 39% | 26% | <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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 ・暴力団追放運動への協力 |
| 16 | 東日本大震災への対応と節電行動の徹底に関する事業 | 22% | 44% | <ul style="list-style-type: none"> ・LED照明への変更の推進 ・節電マニュアルの配布 ・被災地同業者への支援の継続 |

（注）データは、平成24年度から平成27年度までの評価結果を集計したものの。

国庫補助金としての予算措置（以下「予算措置」という。）については、平成23年度より、外部評価の導入を通じた効果測定の検証やPDCAサイクル（事業を継続的に改善するため、Plan（計画）－Do（実施）－Check（評価）－Act（改善）の段階を繰り返すことをいう。）の確立を目的として、「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、補助対象となる事業の審査から評価までを一貫して行う等、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、事業目標及び成果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施に向けて、組合及び連合会においては、本指針及び振興計画の内容について広報を行い、組合未加入の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、生衛法の趣旨及び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、保健所設置市又は特別区（以下、「都道府県等」という。）は、営業者による営業の許可申請又は届出等の際に、営業者に対して、生衛法の趣旨並びに関係する組合の活動内容、所在地及び連絡先等について情報提供を行う等の取組の実施が求められる。

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、いわゆる「買い物弱者」になりやすいと考えられる高齢者、障害者及び一人暮らしの者並びに子育て世帯及び共働き世帯等のニーズに的確に即応することで、飲食店営業及び喫茶店営業の営業者の商店街における重要な構成員としての位置付けを強化し、地域の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を担うことが期待される。

併せて、社会全体の少子高齢化の進展や障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律（平成25年法律第65号。以下「障害者差別解消法」という。）の施行を踏まえ、全ての消費者が店舗を円滑に利用できるよう、ソフト、ハード両面におけるバリアフリー化及びユニバーサルデザイン化の取組が求められる。

また、ホテル、旅館及び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ことを受け、消費者に対して納得と安心感を提供していくため、食品表示法（平成25年法律第70号）等の関係法令を遵守し、表示の適正化を推進することが求められる。そのほか、省エネルギー関係設備の導入等についても推進する必要がある。

各々の営業者は、これらを十分に認識し、各般の対策に積極的に取り組むことにより、消費者の理解と信頼の向上を図ることを目標とすべきである。

二 今後5年間（平成29年度から平成33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

食中毒、口蹄疫や高病原性鳥インフルエンザ等衛生問題に対しては、営業者、保健所等衛生関係行政機関や公益財団法人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。）等が連携を密にして対応することが求められる。

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、調理等の過程において細菌等の汚染により食中毒等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等から、日頃からの地道な衛生管理の取組が重要である。

また、ひとつの問題が発生すると、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、知識及び意識の向上に資する普及啓発を行うとともに、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、地域で孤立する中小規模の営業者は、重要な公衆衛生情報を把握しにくいことも考えられ、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、これら営業者に対し組合加入を促進するなど、公衆衛生情報の提供が円滑に行われるよう取り組むことが期待される。

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る競争の激化、低価格化により、営業者を取り巻く経営環境は非常に厳しい状況となっているが、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。

(1) 消費者ニーズの把握と創意工夫による経営展開

多様化する消費者のニーズを的確に捉え、新たな消費者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り、「材料等へのこだわり」、「オリジナル性のあるメニュー」、「見た目の美味しさ」といった創意工夫を活かした看板商品の提供など、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。

(2) 高齢者、障害者及び子育て世帯等への配慮

高齢化の進展により、高齢者向けのサービス需要が増大していることから、営業者の専門性や独自のこだわり等の特性を活かしつつ、高齢者のニーズにきめ細かに応じた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。

また、障害者差別解消法において、民間事業者は、障害者に対し合理的な配慮を行うよう努めなければならないとされていることから、ソフト、ハード両面におけるバリアフリー化及びユニバーサルデザイン化の取組を進める必要がある。

人口減少、少子高齢化及び過疎化の進展は、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り、「買い物弱者」が身近な買い物に不便や不安を感じることも多い。地域の営業者には、地域社会に必要な商品及びサービスを提供することにより、「買い物弱者」等からの信頼を得、中長期的な経営基盤の強化を図ることが期待される。

(3) 訪日外国人旅行者等への配慮

政府は平成32年度に4千万人、平成42年に6千万人とする目標を掲げ、これを強力に推進するため、「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月30日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定）を踏まえた短期的な政府の行動計画として「観光ビジョン実現プログラム2016」（観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム2016）を策定し、観光ビジョンの確実な実現を図ることとしている。日本公庫の「生活衛生関係営業の景気動向等調査特別調査（平成28年4～6月期）」によると、飲食店営業の過半数がインバウンド対応に前向きであるとの回答があった一方で、外国語対応（「従業員語学力の向上」（36.7%）、「メニューや施設内の案内等の外国語表記の実施」（34.1%）、「従業員の接客スキルの向上」（21.8%）等）を訪日外国人旅行者受入れの課題としてあげる営業者が多くなっており、飲食店営業及び喫茶店営業においても、外国語表記の充実や外国人とのコミュニケーション能力の向上を図ることが求められる。

加えて、国際的に日本食の人気が高まる中、「和食；日本人の伝統的な食文化」がユネスコの無形文化遺産に登録され、今後、国際化への更なる対応を行うことで、海外での事業展開や訪日外国人旅行者の増加につなげていくことが期待される。また、インターネット経由での観光情報の入手を容易にし、訪日外国人旅行者の利便性を向上させるため、公衆無線LANの環境整備が期待される。

(4) メニュー表示等の食品表示に関する対応

平成26年に不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）が二度にわたり改正され、表示に対する監視指導体制の強化や事業者の表示管理体制の強化に加え、不当な表示を行った事業者に対する課徴金の制度が設けられた。このため、営業者においても、これまで以上に表示の重要性を認識し、コンプライアンスの強化を図ることが求められる。

また、アレルギー疾患対策基本法（平成26年法律第98号）の制定により、国としてアレルギー疾患対策を総合的かつ計画的に推進することとされたことから、営業者においても、食物アレルギー情報の自主的な情報提供の促進に向けた対応が望まれる。

(5) 省エネルギーへの対応

高騰するエネルギー価格の問題に的確に対応するため、LED照明装置やエネルギー効率の高い空調設備等の導入を進めることが期待される。

(6) 受動喫煙防止対策への対応

受動喫煙（他人のたばこの煙にさらされること）については、健康に悪影響を与えることが科学的に明らかにされており、受動喫煙による健康への悪影響をなくし、国民・労働者の健康の増進を図る観点から、健康増進法（平成14年法律第103号）及び労働安全衛生法（昭和47年法律第57号）により、多数の者が利用する施設の管理者や事業者は受動喫煙を防止するための措置を講ずるよう努めることとされている。

また、国際的に見ても、「たばこの規制に関する世界保健機関枠組条約」の締結国として、国民の健康を保護するために受動喫煙防止対策を推進することが求められている。

これらのことから、飲食店営業及び喫茶店営業においても、受動喫煙防止対策の強化を図り、その実効性を高めることが求められる。

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公庫を通じた低利融資を受ける仕組みがある。税制優遇措置については、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冷蔵・冷凍施設の購入時や共同研修施設を建て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である営業者が借りた場合は、組合員でない営業者が借りる場合よりも低利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事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には、さらに低利の融資を受けることができる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事業者には、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

組合は、公衆衛生の向上及び消費者の利益の増進に資する目的で、組合員たる事業者の営業の振興を図るための振興計画を策定することができる。組合には、地域の実情に応じ、適切な振興計画を策定することが求められる。

また、組合及び連合会には、予算措置や独自の財源を活用して、事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及び実施を行い、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。

加えて、組合及び連合会には、本指針及び振興計画の内容について広報を行い、組合未加入の事業者への加入勧誘及び組合未結成地域の事業者への組合結成の支援を図ることが期待される。広報を行う際には、組合活動への参画のイメージをわかりやすく提示するとともに、日本公庫の組合員向けの融資制度を周知するなど、事業者の目線に立った情報提供を行うことが求められる。

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、保健所等衛生関係行政機関及び日本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公庫において、組合と連携しつつ、事業者へのきめ細かな相談及び指導その他必要な支援等を行い、予算措置、融資による金融措置（以下「金融措置」という。）及び税制優遇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、金融措置については、審査及び決定を行う日本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、日本公庫と都道府県指導センターが協力して、融資手続や事業計画の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、各々の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。

加えて都道府県指導センターにおいて、組合が行う生活衛生改善貸付に係る審査を代行するなど、金融措置の利用の促進を図ることが期待される。

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連携を図り、信頼性の高い情報の発信及び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、金融措置及び税制優遇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及び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、地域で孤立する中小規模の事業者のほか、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 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、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、組合員である事業者等に対する指導及び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加工機器、容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、食材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舗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。

加えて、従業員の清潔な着衣の使用、手洗いの励行及び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) 衛生面における店舗及び設備の改善に関する事項

事業者は、日常の衛生管理の取組に加えて、定期的かつ適切に自店舗及び設備の衛生面の改善に取り組むことが必要である。特に食材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、加工機器及び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、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する商品及び良質なサービスを提供し、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。

家族経営等の場合、営業者や従業員が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、経営改革に取り組むことが特に重要であることから、以下の事項に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した上で分析し、自店舗や地域の特性を踏まえ、強みを見だし、経営方針を明確化し、自店舗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ことから、以下の事項に選択的に取り組むことが期待される。

- ア 自店舗の立地条件、消費者層、資本金、経営能力及び技術力等の経営上の特質の把握
- イ 周辺競合店舗に関する情報収集と比較
- ウ ターゲットとする消費者層の特定
- エ 重点商品の明確化
- オ 店舗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、熟練技能及び専門的知識の習得及び伝承並びに後継者の育成
- 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、業種業態に合った商品、サービス及び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とともに、新たな消費者を獲得することが重要であることから、以下の事項に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 従業員等の教育及び研修の徹底
- 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 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 経営者自らによる消費者の要望の把握
- ⑨ 優秀な人材の獲得並びに若手従業員の育成、指導及び資質向上
- ⑩ 魅力ある職場づくり（人と人の心のチームワーク）
- ⑪ 経営手法・熟練技能の効率的な伝承

イ 食の安全に関心の高まりや食を通じた健康づくりなどの健康志向への対応

- 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 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 消費者のライフスタイルやニーズ変化に対応した店づくり

- 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
- ⑨ 1人で気軽に入れる「場」の提供

(3) 店舗及び設備の改善に関する事項

営業者は、自店舗が飲食物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、近年の省エネルギー及び節電の要請にも応じ、店舗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 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 高齢者及び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の店舗及び設備等の整備
- オ 省エネルギー対応の冷凍冷蔵設備、空調設備、太陽光発電設備等の導入
- カ 節電に資する人感センサー、LED照明、蓄電設備等の導入
- キ 受動喫煙の防止

(4) 情報通信技術を利用した新規消費者の獲得及び消費者の定着に関する事項

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し、以下の事項に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ダイレクトメールの郵送
- イ コンピュータ及び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等による積極的な情報発信
- 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及び予約の受付
- カ クレジットカード決済及び電子決済の導入及び普及
- 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、消費者の食の安全への関心及び健康志向の高まり等に対応し、食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 関係法規等を遵守した適切な食材の原産地表示、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及び情報提供への取組
- 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 標準営業約款の登録と当該標識等の掲示
- オ 消費者の疑問や苦情への的確な対応（苦情対応マニュアルの作成等）
- カ 従業員に対する危機管理教育の徹底
- キ 賠償責任保険等の活用
- ク わかりやすい価格表示
- ケ 外国語表示の推進

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、以下の事項に取り組むことが期待される。

- 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) 店舗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のため、店舗及び設備並びにサービスの改善に関する指導、助言及び情報提供等、必要な支援に努めることが期待される。

(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、以下の事項に取り組むことが期待される。

- 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 苦情対応マニュアルの作成及び普及啓発
- エ 商品の適正表示マニュアルの作成及び普及啓発
- オ トレーサビリティの推進
- カ 生産者、生産地等に関する情報の収集及び提供
- キ 危機管理マニュアルの作成
- ク 消費者調査に基づく消費者指向の把握
- ケ 消費者の要望に対応したメニュー及びサービスについての情報提供
- コ 賠償責任保険への加入促進
- サ 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

先駆的経営事例、地域的経営環境条件並びに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、営業者への助言等に活用することが期待される。

(5) 経営課題に即した相談支援に関する事項

営業者が直面する様々な経営課題に対して、経営特別相談員による経営指導事業に努めるとともに、これを金融面から補充する生活衛生関係営業経営改善資金特別貸付を積極的に活用することが期待される。

(6) 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、以下の事項に取り組むことが期待される。

- 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

(7) 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化並びに協業化の企画立案及び実施に係る指導に努めることが期待される。

(8) 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、以下の事項に取り組むことが期待される。

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で行う、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

(9) 従業員等の福祉の充実に関する事項

従業員の労働条件整備及び労働関係法令の遵守に関する助言、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、年金保険及び労働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等制度（退職金、生命保険等をいう。）の整備及び強化に努めることが期待される。

また、男女共同参画社会の推進及び少子高齢化社会の進展を踏まえ、従業員の福祉の充実が期待される。

(10) 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及び助言等の支援

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 都道府県等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組合の振興計画の策定に対する指導及び支援

(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、整理及び情報提供

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) 国及び都道府県等

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組に努めることが期待される。

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 災害又は事故等の発生時における適時、適切な風評被害防止策の実施

(4) 日本公庫

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 組合等と連携した経営課題の解決に資するセミナーの開催及び情報提供

エ 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

飲食店営業及び喫茶店営業に対しては、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、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、サービス業界全体の活性化や生産性向上 に向けた取組の推進、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、環境の保全、食品循環資源の再生利用の推進、受動喫煙対策、災害への対応及び従業員の賃金引き上げに向けた対応といった課題に依っていくことが要請される。こうした課題への対応は、個々の営業者が中心となって、関係者の適切な支援の下で行われることが必要である。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付けを確保することが期待される。

一 食育、食の安全への関心の高まり及び健康志向等への対応

1 営業者に期待される役割

(1) 食文化の継承のための食事マナー及び調理方法の普及

(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品の開発及び提供

(6) 総カロリー表示及び塩分量表示等の推進

2 組合及び連合会に期待される役割

効果的な食育の実施方法についての研究の実施

3 日本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 サービス産業の活性化及び生産性向上への対応

1 営業者に期待される役割

(1) 従業員の待遇改善

- (2) 高付加価値化・低コスト化の取組
- ア ICTの活用、高品質なサービスの提供等による高付加価値化
 - イ 団体契約等、コスト削減等の取組の促進
- 2 組合、連合会及び都道府県指導センターに期待される役割
- (1) 好事例の展開
- ア 生産性向上に成功した事例をとりまとめた事例集の周知
 - イ 生活衛生関係営業対策事業費補助金等を利用した生産性向上に係るモデル事例の研究及び情報提供
 - ウ 地域、商店街活性化に資する組合活動事例の周知
- (2) 高付加価値化・低コスト化の取組
- 飲食店営業及び喫茶店営業における高付加価値化、共同購入をするための体制構築
- 3 日本公庫に期待される役割
- 電子商取引に必要な設備（電子マネー等）導入時に、振興事業貸付等が積極的に活用されるよう、引き続き制度の周知等を図る。
- 三 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、障害者及び一人暮らしの者並びに子育て世帯及び共働き世帯等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が期待される。
- (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) 高齢者に配慮した分かりやすい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) 障害者差別解消法の規定に基づく障害者への合理的配慮
 - (6) 従業員に対する教育及び研修の充実及び強化
 - (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及び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、障害者及び子育て中の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 日本公庫に期待される役割
- 高齢者、障害者及び子育て中の者等の利用の円滑化を図るために必要な設備（バリアフリー化等）導入時に、振興事業貸付等が積極的に活用されるよう、引き続き制度の周知等を図る。
- 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、地域住民に対して飲食店営業及び喫茶店営業の店舗の存在、提供する商品及びサービスの内容並びに営業の社会的役割及び意義をアピールするとともに、地域で増加する「買い物弱者」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付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及び強化や商店街の活性化につなげることが期待される。
- (1) 地域の街づくりへの積極的な参加
 - (2) 「賑わい」や「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) ポイントサービス事業及びスタンプ事業の実施
 - (4) 地域の防犯、消防、防災、交通安全及び環境保護活動の推進に対する協力
 - (5) 地産地消の推進
 - (6) 福祉施設における食事の提供
 - (7) 暴力団排除等への対応
- 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、指導及び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及び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
 - (6) 地域における新規開業希望者の育成
- 3 日本公庫に期待される役割
- 融資の実施等によるきめ細かな相談及び指導を通じた営業者及び新規開業希望者の支援
- 五 環境の保全、省エネルギー強化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蔵設備、空調設備及び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照明装置及び蓄電設備等の導入
 - (3) 食品循環資源の再生利用等実施率の向上
 - (4) 食品ロスの削減、食品廃棄物の発生抑制
 - (5) 廃棄物の最小化、再生品の利活用
 - (6) 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) 食品循環資源の再生利用の仕組みの構築

- (2) 業種を超えた組合間の相互協力
- (3) 食品循環資源の再生利用に向けた組合員以外の営業者への参加促進及び普及啓発
- 3 日本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
- 六 禁煙等に関する事項
 - 1 営業者に期待される役割
 - (1) 受動喫煙の防止
 - (2) 飲酒運転根絶に向けた必要な措置及びアルコール健康障害を発生させるような不適切な飲酒の誘引防止
 - 2 組合及び連合会に期待される役割
 - 効果的な受動喫煙防止対策及び飲酒運転根絶等についての研究の実施
 - 3 日本公庫に期待される役割
 - 受動喫煙防止設備の導入時に、振興事業貸付等が積極的に活用されるよう、引き続き制度の周知等を図る
- 七 災害への対応と節電行動の徹底

我が国は、その位置、地形、地質及び気象などの自然的条件から、台風、豪雨、豪雪、洪水、土砂災害、地震、津波及び火山噴火などによる災害が発生しやすい国土となっており、継続的な防災対策及び災害時の地域支援を含めた対応並びに節電行動への取組が期待される。

 - 1 営業者に期待される役割
 - (1) 災害発生前段階における防災対策の実施 及び災害対応能力の維持向上
 - (2) 地域における防災訓練への参加及び自店舗等での防災訓練の実施
 - (3) 地域との共生により培っている近隣住民等の安否確認や被災状況の把握及び自治体等への 情報提供
 - (4) 地震等の大規模災害が発生した場合における、地域住民への支援
 - (5) 災害発生時には、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
 - (6) 災害発生時には、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
 - (7) 従業員及び消費者に対する節電啓発
 - (8) 中長期の節電に資する省エネルギー対応の設備の導入
 - (9) 節電を通じた経営の合理化
 - (10) 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
 - 2 組合及び連合会に期待される役割
 - (1) 営業者及び地域並びに災害種別を想定した防災対策への支援
 - (2) 同業者による支え合い（太い「絆」で再強化）
 - (3) 災害発生時の消費者の避難誘導などを通じた帰宅困難者防止等への取組
 - (4) 節電啓発や節電行動に対する支援
 - (5) 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

過去の災害を教訓とした防災対策や情報収集及び広報の実施など、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必要である。

 - (1) 過去の災害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
 - (2) 節電啓発や節電行動の取組に対する支援
 - 4 日本公庫に期待される役割

災害発生時には、被災した営業者に対する低利融資の実施並びにきめ細やかな相談及び支援
- 八 最低賃金の引上げに向けた対応（生産性向上を除く）

最低賃金については、「ニッポン一億総活躍プラン」（平成28年6月2日閣議決定）において、年率3%程度を目途として、名目GDP成長率にも配慮しつつ引き上げ、全国加重平均が1000円となることを目指すことが示されたところであり、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必要である。

 - 1 営業者に期待される役割
 - (1) 最低賃金の遵守
 - (2) 業務改善助成金及びキャリアアップ助成金等各種制度の活用
 - (3) 新たな環境等への対応
 - 後継者育成、インバウンド対応等
 - 2 組合及び連合会に期待される役割
 - (1) 最低賃金の周知
 - (2) 助成金の利用促進
 - 助成金等各種制度の周知
 - (3) 新たな環境等への対応
 - 後継者の育成やインバウンド対応等の支援体制の整備
 - 3 都道府県指導センターに期待される役割
 - (1) 最低賃金の周知
 - 従業員等の最低賃金違反に関する相談窓口（労働基準監督署等）の周知
 - (2) 助成金の利用促進
 - 助成金等の申請に係る支援の周知や相談支援体制の整備
 - (3) 新たな環境等への対応

ア 経営支援

営業者の法律・税務相談に対応できるよう、都道府県指導センターにおける相談体制の整備

イ 経営相談支援事業と連携した支援

最低賃金総合相談支援センターとの連携による経営相談事業等の実施及び最低賃金引上げに向けた取組の支援

4 国及び都道府県等に期待される役割

最低賃金の周知

ア 事業者への周知

- ・ 営業許可を行っている自治体における事業者向け講習会等の機会を利用した周知
- ・ 営業許可の際に窓口で個別に周知
- ・ 関係団体だけでなく、研修会等を通じた助成金制度の周知

イ 監督の拡充

各労働基準監督署において実施する、最低賃金の履行確保を主眼とする監督指導の強化

5 日本公庫に期待される役割

事業承継時やインバウンド対応に必要な設備導入時に、振興事業貸付等が積極的に活用されるよう、引き続き制度の周知等を図る

◎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、高齢層の消費者では「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ヵ年のうち4ヵ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」（食鳥を早朝にと殺してその日のうちに販売すること）という言葉に象徴されるように、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営資金を借りた場合、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 営業業者の取組

1 衛生水準の向上に関する事項

営業業者においては、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 経営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 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
 - 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 대응し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
 - 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) 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

◎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す、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、国民生活の豊かさ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克ち、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画面・高音質・臨場感を他の観客と同時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大が期待されることから、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ことが必要である。

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

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員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) 従業員の資質の向上に関する事項

従業員企画、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に関する事項

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

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

(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

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の設置
- (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) 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

◎浴場業の振興指針

平成27年2月12日
厚生労働省告示第25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年法律第百64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22年厚生労働省告示第79号）の全部を次のように改正し、平成27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（以下「営業者」という。）が、公衆浴場法（昭和23年法律第139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、浴場業の振興指針を定めてきたところであるが、今般、営業者及び生活衛生同業組合（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、営業者及び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、営業者及び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、営業者及び利用者等のニーズを反映して、適時かつ適切に本指針を改定するものとする。

第一 浴場業を取り巻く状況

一 営業者の動向

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。

公衆浴場は、平成21年度の28,154施設から平成25年度の26,580施設に減少している。このうち、一般公衆浴場（いわゆる「銭湯」をいう。以下同じ。）は、同時期で、5,494施設から4,542施設に減少している（厚生労働省「衛生行政報告例」による。）。

一般公衆浴場は、物価統制令（昭和21年勅令第118号）第4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。）第3条の規定に基づき、金融及び税制上の優遇措置等の諸施策を実施しているが、利用者数の減少に伴う収益の減少、経営者の高齢化、施設及び設備の老朽化等による経営環境の悪化、家族経営による長時間労働並びに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。

さらに、営業者が抱える経営上の問題点としては、「客数の減少」と回答した割合が77.4%となっており、以下、「燃料費の上昇」が63.5%、「施設・設備の老朽化」が57.1%、「光熱費の上昇」が49.6%と続いている。このことから、客数の減少とともにエネルギー価格等の問題が経営上の問題点となっていることが伺われる（厚生労働省「生活衛生関係営業経営実態調査」による。）。

一方、近年増加している訪日外国人旅行者の集客に向けた取組の実施状況については、平成25年11月時点で、「実施している」と回答した割合が21.3%と、生活衛生関係営業の中では、旅館業に次いで多くなっており、平成32年に「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」の開催が決まったことを受けての訪日外国人旅行者の受入れ姿勢として、「今後、受け入れを強化していきたい」と回答した割合が15.7%と、同じく旅館業に次いで多くなっている（株式会社日本政策金融公庫（以下「日本公庫」という。）「生活衛生関係営業の景気動向等調査」による。）。

二 消費動向

平成25年の1世帯あたり（2人以上の世帯）の温泉・入浴料支出は2,080円で、前年比46円の減少であった（総務省「家計調査報告」による。）。

また、1日平均客数別施設数の構成割合は、総数では「100人～199人」が29.4%で最も多く、次いで「50人～99人」27.4%となっている。立地条件別にみると、「工場・オフィス街」では「100人～199人」が42.9%、「500人以上」が28.6%と来客数が多くなっている（厚生労働省「生活衛生関係営業経営実態調査」による。）。

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（複数回答）としては、「接客サービスの充実」24.6%、「施設設備の改装」23.4%、「廃業」21.0%、「集客のためのイベント実施」20.2%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浴場業の組合（平成26年12月末現在で41都道府県で設立されている組合）においては、前期の浴場業の振興指針（平成22年厚生労働省告示第79号）を踏まえ、振興計画を策定及び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か年のうち4か年終了時である平成25年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

国庫補助金としての予算措置（以下「予算措置」という。）については、平成23年度より、外部評価の導入を通じた効果測定の検証やPDCAサイクル（事業を継続的に改善するため、Plan（計画）→Do（実施）→Check（評価）→Act（改善）の段階を繰り返すことをいう。）の確立を目的として、「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、補助対象となる事業の審査から評価までを一貫して行う等、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施に向けて、組合及び連合会においては、振興指針及び振興計画の内容について広く広報を図り、組合未加入の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、生衛法の趣旨及び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、保健所設置市又は特別区への営業の許可申請又は届出等の際に、営業者に対して、生衛法の趣旨、関係する組合の内容、所在地及び連絡先等について情報提供を行う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

| | 事業名 | 達成 | 概ね達成 | 主な事業 |
|----|-------------------------------|-----|------|--|
| 1 | 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業 | 65% | 26% | ・衛生管理講習会の開催 ・衛生マニュアルの作成及び配布 ・自主管理対策 |
| 2 | 施設及び設備の改善に関する事業 | 13% | 35% | ・施設特性を踏まえた改装や設備の導入投資 |
| 3 | 利用者の利益の増進に関する事業 | 50% | 45% | ・行事湯の実施 ・講習会の開催 ・賠償責任保険への加入促進 |
| 4 | 経営管理の合理化及び効率化に関する事業 | 32% | 36% | ・経営講習会又は各種研修会の開催 ・経営に関する相談及び指導 |
| 5 | 従業者の技能の改善向上に関する事業 | 20% | 35% | ・技術講習会の開催 |
| 6 | 取引関係の改善及び事業の共同化等に関する事業 | 50% | 32% | ・関係業界等との情報交換会の開催 ・共同購入の実施 |
| 7 | 従業者の福祉の充実に関する事業 | 24% | 43% | ・共済制度の加入促進 ・定期健康診断の実施 |
| 8 | 事業の承継及び後継者支援に関する事業 | 28% | 33% | ・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 |
| 9 | 省エネルギーの強化及び環境保全の推進に関する事業 | 19% | 38% | ・省エネルギー機器の導入 |
| 10 | 少子高齢化社会等への対応に関する事業 | 33% | 43% | ・子ども又は高齢者向け入浴サービスの作成 |
| 11 | 地域との共生に関する事業 | 39% | 39% | ・地域イベントへの参加 ・コミュニティの場としての施設の開放 ・ポスター等の作成及び配布 |

(注) データは、平成22年度から平成25年度までの評価結果を集計したもの。

第三 浴場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

浴場業は、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。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、自家風呂普及率が95%を超える中で、「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も重要な役割を果たしている。こうした重要な役割を浴場業が引き続き担い、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。

浴場業は不特定多数の者を入浴させる施設であることから、衛生上の問題、特に、レジオネラ症に注意が必要な業態であり、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。

我が国においては、今後、一人暮らしの高齢者の増加が予想されるが、公衆浴場は、地域住民との交流の場を提供するのみならず、常に従業員や他の入浴者の目があり、入浴に起因する事故に対しても迅速な対応が可能であることから、このような利用者を積極的に取り込んでいくことが期待される。同時に、子ども世代等を対象にした「浴育」の推進により、日本の銭湯文化を幅広い層に伝えていくことも重要である。また、公衆浴場は、地域住民に身近な交流スペースとしても重要な地域資源であり、今後、地域コミュニティの核として、地域の様々な活動に積極的に開放していくとともに、ランニングブーム等に着目した健康増進関連の新規利用者の掘り起こしが望まれる。

今後、我が国においても、訪日外国人旅行者の増加が予想されるが、日本の伝統的な公衆浴場への関心は高いものと想定され、入浴マナーの紹介等をはじめ、訪日外国人旅行者の受入れ体制の整備が望まれる。その際、それぞれの国における文化や風習に配慮することが求められる。

また、地球環境問題や高騰するエネルギー価格の問題に的確に対応するため、環境に配慮したボイラー燃料への転換や、省エネルギー関係設備の導入等を推進する必要がある。

社会全体の少子高齢化の進展や障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律（平成25年法律第65号。以下「障害者差別解消法」という。）の施行を踏まえ、全ての利用者が施設を円滑に利用できるよう、ソフト、ハード両面におけるバリアフリー化及びユニバーサルデザイン化の取組が求められる。また、人工肛門又は人工ぼうこうを使用している者（以下「オストメイト」という。）及び入浴着を着用した乳がん患者等への配慮が求められる。

二 今後5年間（平成27年度から平成31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

衛生問題は、浴槽等におけるレジオネラ症防止対策を講じることはもとより、インフルエンザ等の感染症への対応が

必要であり、営業者の地道な取組とともに、保健所等衛生関係機関及び公益財団法人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。

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、感染症が発生した場合には、多くの利用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並びに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、地域で孤立する中小規模の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 経営方針の決定と利用者及び地域社会への貢献

浴場業の中でも一般公衆浴場は、自家風呂普及率が95%を超える中で、設備の老朽化、後継者不足の問題等の課題を抱えており、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、利用者のニーズや世帯動向を的確に把握し、専門性や地域密着、対面接客等の特性を活かし、競争軸となる強みを見いだし、独自性を十分に発揮し、以下の点に留意しつつ、経営展開を行っていくことが求められる。

(1) 経営意識の改革及び各サービスの見直し

一般公衆浴場は、既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、利用者層等の動向及び周囲の競合施設の状況等の情報を収集し、自施設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、自施設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を行い、例えば、こどもの日、母の日、父の日又は敬老の日等の無料優待制度、しょうぶ湯、ゆず湯、リンゴ湯又はハーブ湯等のサービス、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、回数券又は家族券の発行、個人のプライバシー保護を考慮した番台のローバー化、清涼飲料水や氷菓等多様な飲食物等の提供及びBGMの放送等、自由な発想で自施設に適した新たなサービスを開発することが期待される。

(2) 地域コミュニティの核としての機能の発揮

我が国における一人暮らしの高齢者の数は、2010年の約480万人から2020年には約670万人と大幅に増加することが予想される。高齢者が地域社会でいきいきと暮らしていくためには、住民同士が会話する機会は非常に重要であり、公衆浴場は、リラックスしながら気軽な会話が行われる場として、地域の貴重な財産である。また、自宅での入浴時の事故を防止する観点からも、公衆浴場での入浴は有効であり、このような地域のニーズに的確に対応することが求められる。

また、自家風呂の普及により公衆浴場を利用したことがない子どもが多い中、体験入浴又は親子ふれあい入浴などの機会を通じて、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において、自施設の特色を含めた銭湯文化の紹介又は発信を行うことは、新規利用者を開拓する上でも有効な取組であり、積極的な対応が期待される。

さらに、地方公共団体や地域の自治会等と連携して、地域住民のサロンとして公衆浴場のスペースを開放することにより、地域住民の活動の活性化に貢献することができることから、このような取組に積極的に対応することが求められる。

加えて、健康に対する国民の意識の高まりを踏まえ、ランニングブーム等に着眼した対応や、高血圧、糖尿病等生活習慣病患者に対する健康的な入浴法の普及等により、新規利用者の掘り起こしを行うことが望まれる。

(3) 訪日外国人旅行者への配慮

平成25年度の訪日外国人旅行者数は、史上初めて1,000万人を突破し、今後も、アジア各国からの富裕層旅行者の増加や、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」を含む各種イベントの開催等による我が国への関心の高まりにより、訪日外国人旅行者数の更なる増加が見込まれる。

政府は、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」において、2020年までに訪日外国人旅行者を2,000万人まで増加させることを目指し、ビザ要件の緩和やいわゆるLCC（ローコストキャリア）の参入促進による航空ネットワークの充実等に取り組むこととしており、浴場業においても、外国語表記の充実や外国人とのコミュニケーション能力の向上を図ることが求められる。

また、訪日外国人旅行者の受入れに当たっては、我が国の入浴マナーを理解していただくとともに、旅行者の母国の文化や風習に対し配慮することが必要である。

(4) 地球環境問題や省エネルギーへの対応

化石燃料の使用に伴う温室効果ガスの増加対策として、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配慮することや、エネルギー価格増大に伴う電気料金の高騰などの対策として、普段から不要時の消灯、照明ランプの間引き及び設備面でのLED照明装置等の導入を推進するなど、継続的な対策をする必要がある。

(5) 高齢者及び障害者等への配慮

高齢化の進展は、高齢者向けのサービス需要の広がりにもつながり、また、障害者差別解消法の制定を受けて、障害者の社会参加の推進がますます求められていることを踏まえ、高齢者や障害者等が利用しやすい設備の整備など、これらのニーズにきめ細かに応じた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。特に、障害者差別解消法では、民間事業者において、障害者に対し合理的な配慮を行うよう努めなければならないとされていることから、これを踏まえ、ソフト、ハード両面におけるバリアフリー化及びユニバーサルデザイン化の取組を進める必要がある。

また、オストメイト及び入浴着を着用した乳がん患者等についても、衛生上問題ない形で入浴サービスを楽しんで

いただくことは可能であり、その点を正しく認識し、適切に対処することが必要である。

3 税制及び融資の支援措置

組合又は組合員には、税制優遇措置及び日本公庫を通して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、一般公衆浴場に対する設備資金を営業者が借りた場合に、日本公庫の生活衛生資金貸付の金利で、最も優遇された金利による融資を受けることができる仕組みが設けられており、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

組合は、公衆衛生の向上及び利用者の利益の増進に資する目的で、組合員たる営業者の営業の振興を図るための振興計画を策定することができる。組合及び連合会には、適切な振興計画を策定するとともに、独自の財源や予算措置を活用して、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及び実施を行い、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。

加えて、組合及び連合会には、振興指針及び振興計画の内容について広く広報を図り、組合未加入の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る。広報を行う際には、組合活動への参画のイメージを分かりやすく提示するなど、営業者の目線に立った情報提供を行うことが求められる。

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及び日本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公庫に期待される役割

多くの営業者が経営基盤の脆弱な中小規模の営業者であることに鑑み、都道府県指導センター及び日本公庫において、組合と連携しつつ、営業者へのきめ細かな相談及び指導その他必要な支援等を行い、予算措置、融資による金融措置（以下「金融措置」という。）及び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、金融措置については、審査及び決定を行う日本公庫において、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、都道府県指導センター及び日本公庫が協力して、融資手続や事業計画の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、各々の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。

加えて、都道府県指導センターにおいて、組合が行う生活衛生改善貸付に係る審査を代行するなど、金融措置の利用の促進を図ることが期待される。

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連携を図り、信頼性の高い情報の発信及び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、金融措置及び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及び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、地域で孤立する中小規模の営業者に対して、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 浴場業の振興の目標を達成するために必要な事項

浴場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及び支援並びに利用者の浴場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

営業者は、入浴設備の衛生管理において、浴槽等におけるレジオネラ症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。

また、衛生管理を徹底するための研修会及び講習会を受講し、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及び衛生管理体制の整備充実に努めるものとする。

さらに、感染症の予防のため、発熱等の感染症が疑われる症状のある従業員に適切な対応を行う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。

(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、定期的かつ適切に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。清潔で快適な浴場を整備するために、換気、防湿、衛生害虫等の駆除並びに脱衣室及びトイレ等の清掃を行うほか、足拭きマット等の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、多様な利用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、経営改革に積極的に取り組むことが期待される。

特に、家族経営等の場合、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、以下の事項に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した上で分析し、自施設や地域の特性を踏まえ、強みを見いだし、経営方針を明確化し、自施設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 自施設の立地条件、利用者層、資本力及び経営能力等の経営上の特質の把握
- イ 周辺競合施設に関する情報収集と比較
- ウ ターゲットとする利用者層の特定
- エ 重点サービスの明確化
- オ 施設のコンセプトの明確化
- カ 地域コミュニティの中で期待されている役割の把握
- キ 経営手法及び専門的知識の習得及び伝承並びに後継者の育成
- 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利用者の確保に関する事項

利用者のニーズやライフスタイルの変化に的確に対応し、利用者が安心して利用できるよう、浴場の魅力を増し、利用者の満足度を向上させるとともに、新たな利用者を獲得することが重要であることから、以下の事項に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 従業員等の教育及び研修の徹底
- ② 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
- ③ 回数券や家族券等の発行
- ④ 季節風呂（しょうぶ湯、ゆず湯、リンゴ湯又はハーブ湯等）等のサービス
- ⑤ 割引制度の実施
- ⑥ スタンプラリーの実施
- ⑦ 清涼飲料水や氷菓子等の販売
- ⑧ 冷水、お茶又はシャンプー等の無料サービス
- ⑨ 高齢者、障害者及び妊産婦等への介助
- ⑩ 身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の待機場所やクレート（犬舎）の用意⑪利用者との信頼関係の構築
- ⑫ 専門性を高めた高付加価値の提供
- ⑬ 看板サービスへのこだわり
- ⑭ 優秀な人材の獲得並びに若手従業員の育成、指導及び資質向上
- ⑮ 魅力ある職場作り（人と人の心のチームワーク）

イ 健康志向等に対応した取組

- ① 健康入浴法等の知識の普及
- ② 生活習慣病等の予防対策としての水中運動の推進
- ③ 生活習慣病患者等に対する入浴指導
- ④ 専門家による健康座談会の実施等
- ⑤ ランニング愛好家への対応

ウ 利用者のニーズやライフスタイルの変化等に対応した施設作り

- ① 清潔で入りやすく、誰もがくつろぎやすい施設の雰囲気作り
- ② BGM放送等による雰囲気作り
- ③ 個人のプライバシーを考慮した番台のロビー化
- ④ 親子又は子ども向け体験入浴の実施
- ⑤ 銭湯文化や入浴マナーの紹介及び啓発
- ⑥ 児童又は生徒の入浴体験学習への協力
- ⑦ 地域のイベント等に対する場所（脱衣場等）の提供
- ⑧ 訪日外国人旅行者への対応

(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 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 各施設の特性を踏まえた清潔な雰囲気の醸成
- ウ 高齢者及び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及び生産性の向上
- オ 従業員の安全衛生の確保及び労働条件の改善
- カ 環境保全の推進
- キ 節電及び省エネルギーの推進

(4) 情報通信技術を利用した新規利用者の獲得及び利用者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異業種との提携又は割引サービスの実施
- 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 広報チラシの配布

(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、施設外をはじめとして、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や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、最近の国民の安全及び安心に対する意識の向上並びに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つながることを認識し、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。

(6) 従業員の資質の向上に関する事項

浴場業においては、公衆浴場の持つ医学的効用や健康入浴法に関する知識を従業員に習得させ、健康入浴推進員の養成に努め、若手従業員の育成及び指導を図り、若者に魅力ある職場作りを努めることが必要である。

従って、営業者は、従業員の資質の向上に関する情報を収集し、基礎的な接遇等に関する知識の習得を目指した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積極的参加等、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、営業者及び従業員の衛生管理の手引の作成等による普及啓発並びに衛生管理体制の整備充実のために必要な支援に努めること。

(2) 施設、設備及び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、利用者の利益の増進、高齢者、障害者及び訪日外国人旅行者等への対応並びに省エネルギー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、助言及び情報提供等、必要な支援に努めること。

(3) 利用者の利益の増進に関する事項

サービス内容の適正表示や営業者における接客手引及び作業手引の基本となるマニュアルの作成、苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成に努めること。

また、銭湯マップ等による組合員の施設紹介を進めるとともに、生活習慣病の予防及び改善等に資する知識や、入浴のストレス解消効果等、入浴に関する正しい知識の普及啓発に努めること。

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地域住民等に広くアピールする機会を増やすよう努めること。

(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等に関する講習会及び研修会の開催、立地環境等経営環境に関する情報及び浴場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。

(5) 営業者及び従業員の技能の向上に関する事項

公衆浴場の持つ医学的効用や健康入浴法に関する知識及び基礎的な接遇等に関する研修会及び講習会の開催等教育研修制度の充実強化に努めること。

また、健康入浴推進員の養成に努めること。

(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及び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

設備業界や燃料業界等の関係業界の協力を得ることによる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。

(8) 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（退職金及び生命保険等をいう。）の整備及び強化に努めること。

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

(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、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こと。

2 行政施策及び政策金融による営業者の支援及び利用者の信頼の向上

(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及び助言等の支援
- 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、保健所設置市及び特別区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組合の振興計画の策定に対する指導及び支援

(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、整理及び情報提供
- 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

浴場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 浴場に関する指導監督
- イ 浴場に関する情報提供その他必要な支援
- ウ 災害又は事故等の発生時における適時、適切な風評被害防止策の実施

(4) 日本公庫

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

浴場業においては、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付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及び太陽光発電設備等の導入
- (2) 節電に資する不要時の消灯、空調機設定温度の見直し並びにLED照明装置及び熱電供給システム等の導入
- (3) 廃棄物の最小化及び分別回収の実施
- (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) 廃棄物の最小化及び分別回収の普及啓発
- (2) 業種を超えた組合間の相互協力

3 日本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

- (1) 積極的なバリアフリー対策の実施
- (2) 高齢者、障害者及び妊産婦等が安心して入浴できる環境の実現
- (3) 従業員に対する教育及び研修の充実及び強化
- (4) 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、障害者及び女性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、障害者及び子育て中の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 「浴育」への対応

1 営業者に期待される役割

- (1) 入浴マナーの普及
- (2) 安全入浴の普及の支援
- (3) 訪日外国人旅行者への対応

2 組合及び連合会に期待される役割

効果的な「浴育」の実施方法についての研究の実施

3 日本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

受動喫煙の防止

- 2 組合及び連合会に期待される役割
 - 効果的な受動喫煙防止対策についての研究の実施
- 3 日本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
 - (1) 地域の街づくりへの積極的な参加
 - (2) 「賑わい」や「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) 共同ポイントサービス事業及びスタンプ事業の実施
 - (4) 地域の防犯，消防，防災，交通安全及び環境保護活動の推進に対する協力
 - (5) 災害対応能力及び危機管理能力の維持向上
 - (6) 地震等の大規模災害が発生した場合における，地域住民への支援
 - 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て行う，社会活動の企画，指導及び援助ができる指導者の育成
 - (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及び大学等との連携活動の推進
 - (5) 商店街役員への浴場業の若手経営者の登用
 - 3 日本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
- 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した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及び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) 被災した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) 被災した営業者の営業再開を通じた地域コミュニティの復元
 - (3) 従業員及び利用者に対する節電啓発
 - (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
 - 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) 震災発生時の利用者の避難誘導などを通じた帰宅困難者に対する支援等の取組
 - (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，被災した営業者及び被災した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) 被災した営業者の再生支援及び経営安定化のための施策
 - (2) 被災した営業者の営業再開のための施策
 - (3) 被災地における社会経済の再生及び生活再建と地域の復興のための施策
 - 4 日本公庫に期待される役割
 - 被災した営業者に対するきめ細やかな相談及び支援を通じた低利融資等の実施

◎氷雪販売業の振興指針

平成28年2月25日
厚生労働省告示第41号

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和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（平成二十三年厚生労働省告示第五十四号）の全部を次のように改正し、平成二十八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（以下「営業者」という。）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、氷雪販売業の振興指針を定めてきたところであるが、今般、営業者及び生活衛生同業組合（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、営業者及び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、営業者及び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、適時かつ適切に本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 営業者の動向

氷雪販売業の許可を受けた施設数は、全国で1,810施設（平成26年度末現在）であり、10年前（平成16年度末）と比較して1,028施設の減となっている。平成22年度から平成26年度までの新規営業施設数は198施設、廃業施設数は661施設となっており、廃業が新設を大幅に上回っている（厚生労働省「衛生行政報告例」による。）。
平成25年1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75.7%であり、また、経営者の年齢は、60から69歳が33.6%、70歳以上が43.0%と、60歳以上が全体の76.6%となっている。後継者の有無は、41.1%が「あり」、58.9%が「なし」と回答している。また、経営上の課題（複数回答）として、84.1%が「客数（注文数）の減少」、26.1%が「水道・光熱費の上昇」、18.7%が「施設・設備の老朽化」と回答している（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

家庭用電気冷蔵庫は、昭和48年には普及率が94.7%（内閣府「消費動向調査」による。）となり、昭和50年代からほぼ全戸に1台の時代を迎え、庫内を食材別により仕切るタイプが一般化するとともに、自動製氷機を搭載したものが商品化されるなど、製品の多様化が進んでいる。
また、大手資本によるチェーン店舗としてコンビニエンスストアの展開が急速に進み、消費者の消費動向にも変化が現れている。近年は猛暑の影響によって、若い世代の間でかき氷がブームになり、需要が増加しているが、これは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中、氷雪販売業は依然として厳しい状況にある。

三 営業者の考える今後の経営方針

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かかわらず、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

営業者の考える今後の経営方針（複数回答）としては、「廃業」23.4%、「価格の見直し」及び「経営の多角化」がともに12.1%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。）。

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かかわらず、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

営業者の考える今後の経営方針（複数回答）としては、「廃業」23.4%、「価格の見直し」及び「経営の多角化」がともに12.1%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氷雪販売業の組合（平成26年12月末現在、13都道府県で設立されている組合）においては、前期の氷雪販売業の振興指針（平成23年厚生労働省告示第54号）を踏まえ、生衛法第56条の3第1項に基づき、振興計画を策定し、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か年のうち4か年終了時である平成26年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

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

| | 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 | 17% | 67% | ・食品衛生に関する講習会の開催 ・衛生管理の調査研究 ・消費者への信頼確保のための指導 |
| 2 | 施設及び設備の改善に関する事業 | 0% | 50% | ・店舗形態及び内部構造の改善 ・設備の整備 |
| 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 | 20% | 80% | ・営業時間、休業日等の表示の指導 ・苦情相談窓口の設置 ・消費者マニュアルの作成 |
| 4 | 経営管理の合理化及び効率化に関する事業 | 20% | 80% | ・経営講習会、各種研修会の開催 ・営業に関する相談及び指導 |
| 5 | 営業者及び従業者の技能向に関する事業 | 50% | 17% | ・技術講習会の開催 |

| | | | | |
|----|-------------------------|-----|-----|--|
| 6 | 事業の共同化及び協業化に関する事業 | 50% | 50% | ・共同購買の実施 ・コストの軽減及び配送システムの調査研究 |
| 7 | 仕入れ方法の工夫及び取引関係の改善に関する事業 | 33% | 67% | ・製氷メーカーとの懇談会の開催 |
| 8 | 従業者の福祉の充実に関する事業 | 50% | 50% | ・共済制度の加入促進 ・定期健康診断の実施 ・各種レクリエーションの実施 |
| 9 | 事業承継及び後継者支援に関する事業 | 60% | 20% | ・後継者育成支援のための研修会等の開催 ・人材育成システムの確立 |
| 10 | 環境の保全の推進に関する事業 | 20% | 40% | ・公害防止に係る法令の遵守に関する指導 |
| 11 | 省エネルギーの強化に関する事業 | 0% | 25% | ・省エネ設備等の導入に関する指導 |
| 12 | 少子高齢化社会への対応に関する事業 | 50% | 0% | ・少子高齢化対応のためのアンケート調査 |
| 13 | 地域との共生に関する事業 | 50% | 0% | ・地域イベントへの参加 |

(注) データは、平成23年度から平成26年度までの評価結果を集計したものの。

国庫補助金としての予算措置（以下「予算措置」という。）については、平成23年度より、外部評価の導入を通じた効果測定の検証やPDCAサイクル（事業を継続的に改善するため、Plan（計画）－Do（実施）－Check（評価）－Act（改善）の段階を繰り返すことをいう。）の確立を目的として、「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、補助対象となる事業の審査から評価までを一貫して行う等、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、事業目標及び成果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施に向けて、組合及び連合会においては、本指針及び振興計画の内容について広報を行い、組合未加入の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、生衛法の趣旨及び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、保健所設置市又は特別区は、営業者による営業の許可申請又は届出等の際に、営業者に対して、生衛法の趣旨並びに関係する組合の活動内容、所在地及び連絡先等について情報提供を行う等の取組の実施が求められる。

第三 氷雪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

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、良質な水として評価が高く、商品の差別化が可能な純氷商品の提供を推進するとともに、顧客である個々の飲食店等の要望に対応して、丸氷、ダイヤアイス等様々な形態の純氷商品や飲食店等に関連する商品を併せて提供することによって、氷雪販売業の社会的及び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28年度から平成32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、食中毒等の問題が起りやすい環境にある。このような衛生問題に対しては、営業者、保健所等関係行政機関及び公益財団法人道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。）等が連携を密にして対応することが求められる。

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、細菌等の汚染により食中毒等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。

一たび問題が発生すると、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、知識及び意識の向上に資する普及啓発を行うとともに、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、地域で孤立する中小規模の営業者は、重要な公衆衛生情報を把握しにくいことも考えられるため、当該営業者に対し組合加入を促進するなど、公衆衛生情報の提供が円滑に行われるよう取り組むことが期待される。

2 経営方針の決定と消費者及び地域社会への貢献

製氷業者から食品スーパーやコンビニエンスストアなどへの商品の直接供給や、インターネットを通じた消費者への直接販売の増加により、氷雪販売業はより一層厳しい状況に置かれている。こうした中で、営業者は、消費者のニーズ

や地域の世帯動向を的確に把握した上で、以下の点に留意しつつ、競争軸となる強みを見出し、専門性や地域密着、対面接客等の独自性を発揮しながら経営展開を行っていくことが求められる。

(1) 消費者ニーズの把握と創意工夫による経営展開

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、純水に対する認知度を高めることを目的として、純水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、以前と比較して純水を購入することが困難となっている現状を踏まえ、「身近で気軽に良質の氷が購入できる氷雪販売店」のイメージを広めるために、地域住民等とのコミュニケーションを積極的に行い、おしぼりや備長炭などの関連商品を必要に応じて提供することによって、純水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、有力な顧客であるバー、クラブ等の飲食店に対しては、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が形成されている。このような、顧客が必要とする大きさ、形状の純水を適時に届けるサービスは、氷雪販売業の強みとなり得る。こうした強みを宣伝することは、氷雪販売業のサービスに対する高級感を定着させることにつながると考えられる。

(2) 高齢者及び障害者等への配慮

高齢化の進展により、高齢者向けのサービス需要が増大していることから、営業者の専門性や独自のこだわり等の特性を活かしつつ、高齢者のニーズにきめ細かに応じた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。

また、障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律（平成25年法律第65号。以下「障害者差別解消法」という。）において、民間事業者は、障害者に対し合理的な配慮を行うよう努めなければならないとされていることから、ソフト、ハード両面におけるバリアフリー化及びユニバーサルデザイン化の取組を進める必要がある。

人口減少、少子高齢化及び過疎化の進展は、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り、高齢者、障害者及び一人暮らしの者並びに子育て世帯及び共働き世帯等の「買い物弱者」が身近な買い物についての不便や不安を感じることも多い。地域の営業者には、地域社会に必要な商品及びサービスを提供することにより、「買い物弱者」等からの信頼を得、中長期的な経営基盤の強化を図ることが期待される。

3 税制及び融資の支援措置

氷雪販売業の組合又は組合員には、生活衛生関係営業の一つとして、税制優遇措置及び株式会社日本政策金融公庫（以下「日本公庫」という。）を通して低利融資を受ける仕組みがある。

税制優遇措置としては、組合が共同利用店舗を取得した場合の特別償却制度が設けられており、組合が共同配送用車輜若しくは共同蓄電設備を購入し、又は組合の会館を建て替える際等に活用することができる。

融資としては、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である営業者が借りた場合に、日本公庫の基準金利よりも低利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に低利の融資を受けることができる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

組合は、公衆衛生の向上及び消費者の利益の増進に資する目的で、組合員たる営業者の営業の振興を図るための振興計画を策定することができる。組合には、地域の実情に応じ、適切な振興計画を策定することが求められる。

また、組合及び連合会には、予算措置や独自の財源を活用して、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及び実施を行い、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。

加えて、組合及び連合会には、本指針及び振興計画の内容について広報を行い、組合未加入の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る。広報を行う際には、組合活動への参画のイメージを分かりやすく提示するとともに、日本公庫の組合員向けの融資制度を周知するなど、営業者の目線に立った情報提供を行うことが求められる。

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、保健所等関係行政機関及び日本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公庫に期待される役割

多くの営業者が経営基盤の脆弱な中小規模の営業者であることに鑑み、都道府県指導センター及び日本公庫において、組合と連携しつつ、営業者へのきめ細かな相談及び指導その他必要な支援等を行い、予算措置、融資による金融措置（以下「金融措置」という。）及び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、金融措置については、審査及び決定を行う日本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、日本公庫と都道府県指導センターが協力して、融資手続や事業計画の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、各々の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。

加えて、都道府県指導センターにおいて、組合が行う生活衛生改善貸付に係る審査を代行するなど、金融措置の利用の促進を図ることが期待される。

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連携を図り、信頼性の高い情報の発信及び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、金融措置及び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及び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、地域で孤立する中小規模の営業者に対して、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 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及び支援並びに消費者の氷雪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

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加工機器、容器等の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

さらに、営業者は、消費者が信頼し、安心できる商品を提供するために、店舗の衛生管理及び従業員の健康管理を行い、食中毒等食品衛生上の問題が発生しないようにすることが重要である。

また、営業者は、衛生管理上の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店舗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。

加えて、従業員の清潔な着衣の使用、手洗いの励行及び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) 衛生面における店舗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舗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。特に氷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、加工機器及び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、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する商品及び良質なサービスを提供し、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。

家族経営等の場合、営業者や従業員が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、経営改革に取り組むことが特に重要であることから、以下の事項に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した上で分析し、自店舗や地域の特性を踏まえ、強みを見いだし、経営方針を明確化し、自店舗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ことから、以下の事項に選択的に取り組むことが期待される。

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、サービス及び店作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とともに、新たな消費者を獲得することが重要であることから、以下の事項に選択的に取り組むことが期待される。

ア 飲食店等を対象にした、長持ちするおいしい純水についての営業の推進

イ 純水の形状、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品揃えの充実

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 水の需要が下がる閑散期における関連サービスの提供

(3) 店舗及び設備の改善に関する事項

営業者は、品質管理の求められる商品を提供する営業店舗であることを十分認識するとともに、近年の省エネルギー及び節電の要請にも応じ、店舗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 安全で衛生的な店舗とするための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 高齢者及び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の店舗及び冷凍設備等の整備

オ 節電及び省エネルギーの推進

カ 経営の合理化及び効率化のための改善

キ 賠償責任保険への加入促進

(4) 情報通信技術を利用した新規消費者の獲得及び消費者の定着に関する事項

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し、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 消費者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 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及び予約の受付

カ クレジットカード決済及び電子決済の導入及び普及

キ コンピュータ及び情報システムを利用した業務の合理化及び効率化

(5) 苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、消費者に納得と安心感を与えるとともに、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 消費者の疑問や苦情への的確な対応（苦情処理マニュアルの作成等）

イ 従業員に対する危機管理教育の徹底

(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、接客態度、消費者への知識提供等の面でサービスの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、顧客管理及び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、良質な商品の提供を行うため、以下の事項に取り組むことが期待される。

- 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) 店舗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のため、店舗及び設備並びにサービスの改善に関する指導、助言及び情報提供等、必要な支援に努めることが期待される。
- (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、以下の事項に取り組むことが期待される。
- ア 苦情相談窓口の開設
 - イ 商品の適正表示マニュアルの作成及び普及啓発
 - ウ 苦情対応マニュアルの作成
 - エ 危機管理マニュアルの作成
 - オ 消費者に対する地域の冰雪販売業の役割の広報
 - カ 消費者の要望に対応したサービスの情報提供
- (4) 経営マネジメントの合理化及び効率化に関する事項
- 先駆的経営事例、地域的経営環境条件及び冰雪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
- 営業者及び従業員の技能の向上を図るため、以下の事項に取り組むことが期待される。
- 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 接客の基本となるマニュアルの作成
- (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及び実施に係る指導に努めることが期待される。
- (7) 取引関係の改善に関する事項
- 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の業者等との取引条件の改善
- (8) 従業員等の福祉の充実に関する事項
- 従業員の労働条件整備及び労働関係法令の遵守に関する助言、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、年金保険及び労働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、生命保険等をいう。）の整備及び強化に努めることが期待される。
- また、男女共同参画社会の推進及び少子高齢化社会の進展を踏まえ、従業員の福祉の充実を図ることが期待される。
- (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、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及び助言等の支援
 - 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、保健所設置市及び特別区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組合の振興計画の策定に対する指導及び支援
- (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、整理及び情報提供
 - 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 効果測定へ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

氷雪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が期待される。

- 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 災害又は事故等の発生時における適時、適切な風評被害防止策の実施

(4) 日本公庫

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

氷雪販売業に対しては、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、サービス産業全体の活性化や生産性向上に向けた取組の推進、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、環境の保全及び東日本大震災への対応といった課題に積極的に取り組み、社会的責任を果たしていくことが要請される。こうした課題への対応は、個々の営業者が中心となって、関係者の適切な支援の下で行われることが必要である。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付けを確保することが期待される。

一 サービス産業の活性化及び生産性向上への対応

1 営業者に期待される役割

- (1) サービスの提供及びプロセスの改善
- (2) ITの利活用

2 組合及び連合会に期待される役割

営業者の経営基盤の健全化を図るための情報の収集及び提供

3 日本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、障害者及び一人暮らしの者並びに子育て世帯及び共働き世帯等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が期待される。

- (1) 積極的なバリアフリー対策の実施
- (2) 従業員に対する教育及び研修の充実及び強化
- (3) 障害者差別解消法の規定に基づく障害者への合理的配慮

2 組合及び連合会に期待される役割

高齢者、障害者及び子育て中の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、地域住民に対して氷雪販売業の存在、提供する商品及びサービスの内容並びに営業の社会的役割及び意義をアピールするとともに、地域で増加する「買い物弱者」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付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及び強化や商店街の活性化につなげることが期待される。

- (1) 地域の街づくりへの積極的な参加
- (2) 「賑わい」や「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) ポイントサービス事業及びスタンプ事業の実施

- (4) 地域の防犯、消防、防災、交通安全及び環境保護活動の推進に対する協力
- (5) 地産地消の推進
- (6) 災害対応能力の維持向上
- (7) 地震等の大規模災害が発生した場合における、地域住民への支援

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、指導及び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及び大学等との連携活動の推進
- (5) 商店街役員への冰雪販売業の若手経営者の登用
- (6) 地域における新規開業希望者の育成

3 日本公庫に期待される役割

融資の実施等によるきめ細かな相談及び指導を通じた営業者及び新規開業希望者の支援

四 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冷凍設備、冷房設備及び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照明装置及び蓄電設備等の導入
- (3) 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の相互協力

3 日本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 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した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及び将来を見据えた復興への取組を進めていくことが必要である。

1 営業者に期待される役割

- (1) 被災した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) 被災した営業者の営業再開を通じた地域コミュニティの復元
- (3) 従業員及び消費者に対する節電啓発
- (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

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) 震災発生時の消費者の避難誘導などを通じた帰宅困難者に対する支援等の取組
- (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、被災した営業者及び被災した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が必要である。

- (1) 被災した営業者の再生支援及び経営安定化のための施策
- (2) 被災した営業者の営業再開のための施策
- (3) 被災地における社会経済の再生及び生活再建と地域の復興のための施策

4 日本公庫に期待される役割

被災した営業者に対する低利融資の実施並びにきめ細やかな相談及び支援