

## 食肉販売業の振興指針(案)

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

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

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

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

## 第1 営業の振興の目標に関する事項

## I 食肉販売業を取り巻く環境

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

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

さらに、近年、牛海綿状脳症(BSE)の国内での発生等食肉の安全性や信頼性に対する国民の関心が高まってきていることから、トレーサビリティ等の情報提供に積極的に取り組むなど、食肉販売業においても、消費者に対して納得及び安心感を提供することが重要な経営課題となっている。

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

## II 今後5年間(平成22年度末まで)における営業の振興の目標

食肉販売業の多くは、店頭において生肉又は加工食品を販売しているため、細菌等の汚染を受けやすく、食中毒等食品衛生上の問題が起こりやすい環境にある。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。

一方、食肉は、国民の食卓に欠かせない食材であり、食肉販売業の営業者(以下「営業者」という。)は、食肉専門店として、銘柄や産地等にこだわった食肉及び食肉関連商品を提供し、その独自性を発揮することにより、今後とも、国民生活の向上に貢献する余地は大きい。

また、牛海綿状脳症が国内で発生したことを受けて、牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法(平成15年法律第72号)が制定され、牛肉のトレーサビリティ制度が整備されたところであるが、食肉の産地、種類、加工方法等商品の品質に対する消費者の関心は依然として高く、正確かつ詳細な情報の提供を行うことが求められている。

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

## 第2 食肉販売業の振興の目標を達成するために必要な事項

### I 営業者が取り組むべき事項

#### 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、食品衛生管理者の活用や加工機器及び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、消費者が納得し、安心できる商品を提供するために、店舗及び従業員の清潔を保ち、従業員の健康管理を行うとともに、商品の衛生的取扱いにも留意し、食中毒等食品衛生上の問題の発生の防止に努めることが重要である。

また、営業者は、衛生管理状況の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店が講じている措置について顧客に対し積極的に周知することが必要である。特に、従業員の清潔な着衣の使用や手洗いの励

行及び店舗の清掃等により、消費者に不快感を感じさせ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、対面販売している食肉販売店の多くは、生肉、内臓等の副生物、食肉加工食品（ハム、ソーセージ等）を主力商品としており、商品の受渡し場の近くで調理して顧客に提供する営業形態を特徴としている。このため、商品の受渡し場は、食中毒の発生を防止するなどの観点から、常に衛生上の注意を払うことが必要であり、これらに関する設備については、可能な限り、3年ないし4年に一度は見直しを行うなど、定期的かつ積極的な改善に取り組むことが重要である。

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

## 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食材を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、以下に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

### (1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮

営業者は、多様な嗜好をもつ個人を顧客としていることを念頭に置き、自店の立地条件、客層、商品の特色、技術力等自店の経営上の特質を十分把握した上で、自店がどのような客層を対象に、どのような商品を重点的に提供するかという経営方針を明確化することが必要である。

また、営業者が経営の安定を図るためには、周囲の競合店の状況に関する情報を収集し、他店とのサービスを比較する等し、サービスや良質な食材及び付加価値の高い食材を提供するとともに、これを顧客に理解してもらうことにより、専門店としての独自性を発揮することが重要である。

### (2) 消費者に対する情報提供の推進

食品の安全性及び信頼性に対する消費者の関心の高まりを踏まえ、営業者は、商品の品目、産地、飼育者、飼育方法、処理日時、加工方法等に関する情報の提供を積極的に行うとともに、商品の表示、展示及び包装方法の工夫に取り組むことにより、消費者の選択の利便を図り、消費者に納得と安心感を提供することに努めるものとする。

また、消費者からの商品に関する疑問及び苦情に的確に対応することにより、

消費者の信頼を確立することに努めるものとする。

(3) 施設及び設備の改善

営業者は、自店が食品を提供する営業施設であることを十分認識し、清潔で好ましい店となるよう、定期的な内外装の改装に努めるとともに、客層、経営方針、店の従業者規模等に応じ、伝統を重んじた雰囲気構成、高齢者等に配慮したバリアフリー対策の実施等、施設及び設備の改善に努める必要がある。

また、営業者は、顧客の増大、作業能率の向上、消費者の安全衛生及び従業者の労働安全衛生の確保のため、施設及び冷凍設備等の適正かつ適切な整備を図るとともに、消費者の要望の充足、省エネルギーの推進、従業者の福利厚生充実等近代的な経営のために必要な施設及び設備の改善に努めることが重要である。

(4) 家族経営及び対面販売の利点の発揮

家族経営の店は、店主を中心に勤勉な家族従業者に支えられており、経営に関する問題意識を従業者間で共有しやすく、地域に密着した長期的な視点に立った経営が可能である。また、対面販売は、経営者自らが顧客の要望を把握することが可能であり、顧客の要望に対して、柔軟かつ速やかに対応することもできる。家族経営及び対面販売を特徴とする店は、このように大型店とは異なる利点を有しているため、これを十分に発揮することが望まれる。

(5) 後継者の確保及び経営の近代化

近年、家族経営の店を中心に、後継者の確保が深刻な問題となっているが、子供の職業選択及び相続等家族における私的な問題の解決にも取り組むことが重要である。後継者の確保については、後継者に経営の知識を伝えることを通じて、業に対する興味及び販売促進の意欲をかき立てるとともに、若い人材を活用することで新たな経営手法を開拓するといった積極的な考え方に立つことが必要である。このような事業承継に際して、自店の経営の合理化、施設及び設備の更新、経営形態の見直し等の経営近代化方策と一体的にとらえることが重要である。

(6) 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

営業者は、パーソナルコンピュータを使用した顧客管理情報のデータベース化により、季節に応じた商品、誕生日又は記念日に合わせたサービス等について顧客へのダイレクトメールを発送し、また、ホームページを使用した店の広告に割引サービスを付けて新たな顧客を獲得するなど、情報通信技術の活用を進めることも必要である。

(7) 経営診断の活用

特に、小規模経営の店では経営者や従業者が変わることがほとんどない

め、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者においては、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

#### (8) 個人情報の管理に関する事項

営業者は、必ずしも個人情報保護法に規定される個人情報を取り扱う事業者となり得るとは限らないが、同法の主旨を踏まえ、顧客データの管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

## II 営業者に対する支援に関する事項

### 1 組合及び連合会による営業者の支援

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

#### (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よる普及啓発、商品の品質を保持するために必要な新技術の研究、ポスター等による消費者に対する広報の推進

#### (2) 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の近代化、消費者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善の推進

#### (3) 消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事項

商品の適正表示及び苦情対応に関するマニュアルの作成並びに普及啓発、消費者の利便及び信頼性の向上のために必要なトレーサビリティの推進、生産者及び生産地等に関する情報の収集並びに提供、消費者調査に基づく消費者のし好の的確な把握

#### (4) 経営管理の近代化及び合理化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の近代化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報及び食肉販売業の将来の展望に関するデータの収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報の提供

#### (5) 営業者及び従業者の技能の改善向上に関する事項

基礎的な技術に関する研修会及び講習会並びに技能コンテストの開催等教育研修制度の充実強化

#### (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

#### (7) 仕入れ方法の工夫及び取引関係の改善に関する事項

良質な食材を消費者に提供するために必要な処理加工業者等との連携の強化、共同購入事業等取引面の共同化の推進、処理加工業者等との取引条件の合理的改善

(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や健康管理の充実のための支援、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度(退職金、生命保険等)の整備及び強化

(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

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性の向上

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

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

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

(3) 国、都道府県等においては、食肉販売業に対する消費者の信頼性の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、食品衛生法等関係法令の施行業務を通じ、営業者に対し、食品衛生に関する監督指導、情報の提供その他支援措置に努めるものとする。

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

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

I 環境の保全及びリサイクル対策の推進

営業者は、仕入れた食肉を店内で解体、調理するため、食品廃棄物が発生しやすいが、家族経営の店が大部分であるため、営業者が取り組む環境の保全やリサイクル対策が必ずしも十分でないため、組合等が積極的に支援する必要がある。また、これらの対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の営業者や組

合だけではなく、地域の自治体及び自治会が関与しながら、消費者も含めて地域全体で取り組むことにより、効果的で効率的な取組が可能となる。

このため、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、食肉販売業における食品資源等を再生利用するための体系を構築するとともに、業種を超えた組合間で相互に協力し、組合員以外の営業者にも参加を促すなどの普及啓発を行い、食肉販売業における環境の保全やリサイクル対策に関する取組を推進する。

これらの取組を通じて、食肉販売業の営業者においては、食品循環資源の再生利用等の実施率を平成18年度までに20パーセントに向上させるよう努め、食品循環資源の再生利用並びに食品廃棄物の発生の抑制及び減量を推進するものとする。また、国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

## II 少子高齢社会への対応

食肉販売業は、商店街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であるといえる。営業者は、長年の顧客を大切にし、足腰の弱い高齢者や障害者が気軽に立ち寄れるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、高齢者が調理しやすいように工夫をした食材の提供、他の生活衛生関係営業者と連携した加工食材の配食サービス等、少子高齢社会における幅広い取組が期待される。また、国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

## III 食育への対応

食肉販売業は、国民の食生活に大きく関わりをもつことから、健康づくりのための食育の推進に積極的に取り組むことが期待される。具体的には、地域における栄養及び食生活改善、食品の安全性に関する知識の普及等の支援に努めるものとする。

## IV 地域との共生

食肉販売業は、主に地域の商店街において、食卓に欠かせない良質な食材を身近に販売しており、地元の商店街の一員として、また、地域住民のつながりの場として期待される役割が大きい。

このため、営業者においては、地域における街づくりに積極的に参加し、地域と共生していくことが期待される。

また、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助できる指導者の育成に積極的に取り組むなど、営業者を支

援することが期待される。

さらに、組合及び連合会においては、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。



## 氷雪販売業の振興指針(案)

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

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

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

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

## 第1 営業の振興の目標に関する事項

## I 氷雪販売業を取り巻く環境

氷雪販売業は、国民生活の向上に伴う氷への需要の高まりとともに、国民の食生活の充実と日本の食文化に大きく貢献してきたところであるが、現在は、氷そのものに対する需要は高い一方で、家庭用電気冷蔵庫及び飲食店等における小型業務用製氷器の普及、スーパーマーケット及びコンビニエンスストア等における氷の販売量の増加等により、氷雪販売業の取り扱う氷の需要は減少傾向が続いている。

また、これまでの景気の低迷に伴う販売先の廃業等による売上げの減少、営業者の高齢化による後継者問題、施設設備の老朽化、諸経費の上昇等氷雪販売業を取り巻く現状は極めて厳しいものとなっている。

しかし、一方においては、氷雪販売業で取り扱ういわゆる「純氷」は、良質な氷として高い評価を受けていることから、丸氷、ダイヤアイス等様々な形態の純氷商品を提供することによって、今後も十分に需要の拡大が見込まれる。

## II 今後5年間(平成22年度末まで)における営業の振興の目標

第一に、氷雪販売業は、純氷を処理及び加工して販売する営業であり、処理及び加工並びに流通の過程での細菌等の汚染を受けやすく、食中毒等食品衛生上の問題が起こりやすい環境にある。したがって、これらの衛生上の危険を防止し、消費者に対して安全で良質な商品を提供することは営業者の責務である。

第二に、氷雪販売業の営業者(以下「営業者」という。)は、多様化する消費者の要望を的確に把握することが必要であり、顧客サービスの充実、顧客購買履歴等を活用するための情報のデータベース化、注文方法の電子化等をより一層推進し、業務の効率化に努めることが必要である。

第三に、営業者は、多様化する消費者の要望に迅速に応えるために、用途に応じたサイズや形状の氷を提供することを目的として、積極的に新商品の開発を行うことが必要である。

また、「純氷」に対する認知度を高めることを目的として、良質な氷の上手な利用方法等を紹介するなど、広告及び宣伝を強化することも必要である。さらに、営業者数の減少により、純氷が以前に比較して容易に購入することが困難となっている現状を踏まえ、氷雪販売業につき「身近で気軽に良質な氷が購入できる氷雪販売店」のイメージを広めるために、地域住民等とのコミュニケーションを高めることにより、純氷及び氷雪販売店の存在を積極的に宣伝することも営業者に求められる視点である。

営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、顧客に対する情報提供、商品の安定的な供給等に積極的に取り組むことにより、専門店としての独自性を発揮し、消費者の理解及び信頼の向上を図ることを目標とする。

## 第2 氷雪販売業の振興の目標を達成するために必要な事項

### I 営業者が取り組むべき事項

#### 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及び使用する機材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、消費者が納得し、安心できる商品を提供するために、店舗及び従業員の清潔を保ち、従業員の健康管理を行うとともに、商品の衛生的取扱いに留意し、食中毒等食品衛生上の問題の発生の防止に努めることが重要である。

また、営業者は、衛生管理状況の自主点検を行い、その結果を店内に表示す

るなど、衛生管理のために自店が講じている措置について消費者に対し積極的に周知することが必要である。特に、従業員の清潔な着衣の使用や手洗いの励行及び店舗の清掃等により、消費者に不快感を感じさせ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、日常の衛生的管理への取組に加えて、定期的かつ適切に自店の施設及び設備の衛生面の改善に取り組むとともに、衛生的に純氷を処理及び加工し、消費者に提供するために必要な設備の整備を図ることが必要である。

## 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純氷を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、以下に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

### (1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮

営業者は、一般に、明確な経営方針が確立されないまま現状維持的な経営を行っており、経営の近代化が遅れているのが現状である。現在置かれている経営環境を十分に考慮し、自店の経営能力に適合した経営規模を実現するとともに、財務内容の改善及び経営管理の近代化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、客層、経営規模等自店の経営上の特質を十分把握した上で、純氷の専門店、地域密着型の専門店等、自店がどのような客層を対象にするのかという経営方針を明確にすることが重要である。

### (2) サービスの見直し及び向上

営業者は、近年のグルメブームを端緒とする本物志向、スローライフ志向及びヘルシー志向により、純氷への評価が高まっていること等、十分な需要開拓の余地がある。営業者は、新しい商品の開発、個性的なサービスと情報の提供、店舗の近代化、消費者への注文配達、多様化する要望に応えるための商品の品揃え、価格の改善、きめ細かな広報活動、鑑賞及び贈答用の商品の提供など、新たなサービスの開発と展開を行い、経営の合理化等に取り組むことによって、顧客満足度を向上させるなどの方策を用いて需要の増加を図ることが重要である。

### (3) 施設及び設備の改善

営業者は、自店が食品としての純氷を販売する営業施設であることを十分に認識し、清潔で好ましい施設となるよう、定期的な内外装の改装に努めるとともに、施設及び冷凍設備等の衛生面の改善に努める必要がある。

また、営業者は、顧客の増大、作業能率の向上、消費者の安全衛生及び従業員の労働安全衛生の確保のため、施設及び冷凍設備等の適正かつ適切な整備

を図るとともに、消費者の要望の充足、省エネルギーの推進、従業者の福利厚生  
の充実等近代的な経営のために必要な施設及び設備の改善に努めることが重  
要である。

(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

営業者は、パーソナルコンピュータを使用した顧客管理情報のデータベース  
化、営業店舗が少ないことのハンディを逆に利用したホームページによる店舗  
の開設等、情報通信技術の効果的な活用を進めることが必要である。

(5) 経営診断の活用

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

(6) 個人情報の管理に関する事項

営業者は、必ずしも個人情報保護法に規定される個人情報を取り扱う事業者  
となり得るとは限らないが、同法の主旨を踏まえ、顧客データの管理に当たっ  
ては、適正に対応することが必要である。

## II 営業者に対する支援に関する事項

### 1 組合及び連合会による営業者の支援

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

(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よる普及啓発、ポスター等による消費者  
に対する広報の推進、消費者の安全衛生の確保、商品の衛生的取扱い、施設  
及び設備、氷の処理及び加工機器、流通過程等の清潔の保持等に関する氷雪  
販売業の衛生基準の設定など、食品衛生上の安全を確保し、かつ良質な商品  
の製造及び販売を行うために必要な支援

(2) 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の近代化、消費者の利益の増進等に対応するた  
めの施設及び設備の改善の推進

なお、この際には、地震等の大規模災害が発生した場合を見据えた支援を行  
うよう努める。

(3) 消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事項

- 営業者が、自店の特質に応じ作成する接客手引きの基本となるマニュアルの作成、消費者を対象とした氷雪販売業に関する啓発講座の実施や啓発パンフレットの作成、苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成
- (4) 経営管理の近代化及び合理化に関する事項  
先駆的な経営事例等経営管理の近代化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報及び氷雪販売業の将来の展望に関するデータの収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報の提供
  - (5) 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項  
基礎的な技術に関する研修会及び講習会の定期的開催等教育研修制度の充実強化
  - (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
  - (7) 取引関係の改善に関する事項  
純氷を取り扱う際に使用する専用器具についての連合会による受注生産制度の維持、冷凍庫及び氷を形成する機器である「アイスモールド」についての製造業者との提携による営業者への安価での提供
  - (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及び健康管理の充実のための支援、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度(退職金、生命保険等)の整備及び強化
  - (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

## 2 行政施策及び政策金融による営業者の支援、消費者の信頼性の向上

- (1) 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にして、営業者に対する経営改善のための具体的指導及び助言等の支援を行うとともに、消費者からの苦情及び要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、消費者の信頼性の向上に積極的に取り組むものとする。  
また、保健所をはじめとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。
- (2) 財団法人全国生活衛生営業指導センターにおいては、これらの都道府県指導センターの取組を推進するため、消費者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つデータの収集及び整備、営業者への当該情報の提供、苦情処理の対応に関するマニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。
- (3) 国、都道府県等においては、氷雪販売業に対する消費者の信頼性の向上及

び営業の健全な振興を図る観点から、食品衛生法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、食品衛生に関する監督指導、情報の提供その他支援措置に努めるものとする。

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

### 第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

#### I 環境の保全の推進

営業者は、営業活動に伴い排出される汚水等が地球の環境に悪影響を及ぼさないよう適正な処理を実施するため、公害防止関係法令等を十分理解し、遵守するとともに、設備の改善等の必要な措置を講じ、環境の保全に積極的に努めるものとする。

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

#### II 少子高齢社会への対応

営業者は、少子化が進み消費者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努めるものとする。

#### III 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して純氷の良さをアピールできる機会を設けるものとする。例えば、地域の祭りなどの街づくりに積極的に参加するとともに、地域ぐるみの防犯活動の推進に対する協力、地震等の大規模災害が発生した場合において純氷を災害支援物資として提供するなど、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

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