

食鳥肉販売業振興指針（現行）

環境衛生関係営業は、国民の日常生活に密接に関係して、その充実向上に大いに貢献している。

今日、施設総数は、二百五十四万施設を超え、我が国経済に占める割合も増大している。しかし、環境衛生関係営業は、その大部分が経営基盤のぜい弱な中小零細企業であり、慢性的な過当競争という厳しい経営環境にあるため、衛生水準の維持向上等を通じ利用者又は消費者の生活向上に資するという社会的要請に必ずしも十分に応えられていないのが実状である。

このような現状にかんがみ、環境衛生関係営業の振興を積極的に図り、その社会的責務を果たしていくことが、国民経済の安定の上からも重要な課題となつている。

特に、食鳥肉販売業は、消費生活の高度化に伴つて、国民の食生活に欠かせない地位を占めて発展してきたが、近年、スーパーマーケット等の大規模店やコンビニエンスストアの進出及び営業時間の延長等による競争の激化に加え、輸入食鳥肉の増加、流通の変化等による低価格販売店の増加等、生肉を中心に販売してきた食鳥肉販売業を取り巻く経営環境は極めて厳しい状況にある。

しかしながら、食鳥肉小売販売店としての食鳥肉販売業は、各地域に密着し、国民の食生活の向上に大いに役立つところであり、今後においても、さらに、専門店として新鮮で良質の食鳥肉を提供して、国民の食生活の充実に一層貢献していくことが期待されている。

このためには、個々の営業者の自己努力はもとより、環境衛生関係営業の運営の適正化に関する法律に基づく環境衛生同業組合（環境衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。）及び全国環境衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）の自主的かつ積極的な活動が不可欠であり、これらの組合活動の基盤たる組織の充実拡大を推進するため、関係行政機関の協力を求めて、組合に所属することの利益を広く同業者に訴えていかなければならない。

以上を踏まえて、現在、食鳥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、もつて公衆衛生の向上と消費者の生活向上に資することを目的として、今後、食鳥肉販売業の振興のために必要な指針を定めるものとする。

第一 平成十四年度末における経営振興の目標に関する事項

一 需要及び供給の見通し

（一）食鳥肉販売業は、食鳥肉需要の増大とあいまつて、国民の食生活の充実に大きく貢献してきたところであるが、近年における食鳥肉全体の消費は、個人消費を中心に低迷ぎみに推移している。このことは、食鳥肉販売業の売上げの伸び悩みにも大きく影響していると考えられる。

しかし、一方においては、食鳥肉販売店以外においても食鳥肉加工食品や食鳥肉を原材料とした食品を扱う業態が増加している現状を考えると、食鳥肉販売業の低迷は専門店としての食鳥肉販売店の経営方針にも一因があるといえよう。

さらに、今後は、食鳥肉を含む食料品に対する消費者の要求は、ますます多様化し、加えて個性化、高級化志向への移行が進むことが予想されており、そのうえ、食鳥肉販売業については、近年の大規模店の進出、輸入食鳥肉の増加、流通の変化等による低価格販売店の増加等から、消費者の「食鳥肉販売店離れ」傾向が進行するとして憂慮されている。

したがって、営業者は、多様化する消費者の要望に的確に対応するため、新しい商品の開

発、創意工夫に満ちた個性的なサービスと情報の提供、加工商品の高品質化及びこれに関連するサービスの付加、食鳥肉加工食品、調味料等の食鳥肉関連商品の品ぞろえ等に努めるとともに、経営の合理化、技術の開発、取引条件の改善に努め、食鳥肉販売業における需要の増加を図る必要がある。

(二) 以上を踏まえて、平成十四年度における食鳥肉販売業の需要額を、売上額等の動向から1020千億円と見込み、これに対応した供給を行うことを目標とする。

二 商品の品質の維持向上

営業者は、自店の業態や他の成長する食鳥肉及び食鳥肉加工商品等を扱う営業店の営業方法を十分考慮した上で、専門店として、良質の食鳥肉及び創意工夫を凝らした食鳥肉関連商品を提供するため、消費者の消費生活水準の質に見合った商品メニューの開発に努めるほか、鮮度維持のための貯蔵技術の工夫や陳列、販売方法の工夫等により、食鳥肉の品質の維持向上を図るものとし、人件費等の上昇による利益率の低下を安易に品質の低下又は販売価格の引上げにより補うことを避けるものとする。

なお、商品メニューの開発に当たっては、近年における消費者の健康に対する意識の変化に特に留意して、栄養のバランス、総カロリー量、塩分量の適正化等に配慮した上で行うものとする。

三 サービスの向上

営業者は、営業におけるサービスの重要性が高いことにかんがみ、常にサービスの充実、サービスの質の向上を図ることによつて、付加価値を高め、多様化する消費者の要望に対応する必要がある。

今後、営業者による、より良質なサービスの提供が期待されるとともに、ますます消費者の要望が多様化すると考えられることから、消費者の個々の要望に的確に対応し、消費者が安心して利用出来るよう接客サービスの充実に努めるものとする。

四 経営規模、管理の目標

食鳥肉販売業においては、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が行われ、収益性の向上や経営の近代化が遅れているのが実情である。

したがって、営業者は、諸経費の上昇、顧客の動向、消費者の要望の多様化等現在置かれている社会的経済的諸条件やその見通しを十分に考慮することはもとより、自店の経営能力、経営目標等を十分参酌し、それらに適切に対応する経営方針を確立し、消費者の要望を充足し得る供給能力の整備充実に努め、自店の経営能力に適合した経営規模を実現することを目標とする。

加えて、営業者は、合理的な事業活動により財務内容の改善に努め、経営管理の近代化を図ることを目標とする。

五 経費の節減及び適正配分

食鳥肉販売業の営業者は、食鳥肉及び食鳥肉関連商品の共同購入、人材の効率的活用等に努めるとともに、経営管理の適正化、設備の近代化、作業の効率化、省エネルギーの徹底、取引条件の改善等により、経費の節減や適正配分を図ることを目標とする。

ただし、無定見な経費削減は、顧客に対するサービスの低下につながり、かえつて需要減退による経営の悪化を招くこともあるので、商品やサービスの内容の低下を来さない範囲で、これを実施することを原則とすべきである。

六 施設・設備の近代化

営業者は、顧客の増大、作業能率の向上、消費者の安全衛生、快適性及び従業者の労働安全衛生の確保のため、施設・設備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、従業員の福利厚生の充実等経営の近代化のために必要な施設・設備の整備を図ることを目標とする。

七 衛生水準の向上及び衛生管理

食鳥肉販売業は、生肉、食鳥肉加工食品(ソーセージ、くんせい等)、調理品等を販売する営業であり、特に微生物汚染を受けやすく、食中毒等食品衛生上の問題が起きやすい環境条件にある。これらの衛生上の危険を防止し、消費者に対して安全で良質な食鳥肉等を提供することは、営業者の責務であり、また、営業の基本理念である。

したがって、営業者は、食品衛生責任者を従来にも増して十分機能させ、消費者の安全衛生の確保に努めるとともに、食鳥肉等商品の衛生的取扱い及び施設・設備、食鳥肉加工機器、調理器具、容器等の清潔保持に留意するなど、衛生管理及び従業員の健康管理を十分行い、さらには、衛生設備の整備等必要な措置を講ずることにより、食鳥肉販売店の衛生水準の維持向上に努めることを目標とする。また、営業者は、衛生管理のために自店が採っている措置について、顧客に対し、積極的に周知徹底するよう努めるものとする。

第二 経営振興の目標を達成するために必要な事項

一 経営管理の近代化、合理化

(一) 経営方針の確立

ア 営業者は、消費者の要望の変化に適応し、新しい意識に基づく意欲的経営を推し進めるため、積極的に研修会及び講習会等に参加し、新しい経営知識を摂取する等常に自己啓発に努めるものとする。

イ 営業者は、積極的に都道府県環境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。)等経営指導機関の診断及び指導を受け、立地条件、顧客層、資本力、経営能力、技術力等自店の経営上の特質を十分に把握して、経営方針を確立し、適切な経営管理の推進に努めるものとする。

このため、全国環境衛生営業指導センター(以下「全国指導センター」という。)は経営の改善に役立つデータの整備及び提供に努めるものとする。

また、国民生活の向上による生活様式の変化、価値観の多様化、地域の食生活の実態等の特性に基づく業態の多様化等に対応するため、営業者は、客層の分析等を行い、どのような経営方式(専門店、一般店等)を採用するか等の方針を明確にし、それに適合した営業の推進を図るものとする。

ウ 組合は、前述の営業者の努力を援助する事業を実施するとともに、組合員にとって経営上必要な情報、特に地域的な経営環境条件に関する情報及びこれに基づく将来の展望に関するデータを適切に収集整理し、組合員に速やかに提供するよう努めるほか、情報を容易に収集し、分析するためコンピューター等の情報機器を導入し、併せて、業界の利用に適したソフトウェア類の開発を図るものとする。

エ 連合会は、各組合が収集整理した将来の展望に関するデータ等を基礎に食鳥肉販売業の将来指針を策定し、その普及に努めるものとする。

(二) 経営の計画化

営業者は、経営規模、経営形態、季節別、曜日別、一日の時間帯別需要動向等を基に適切な経営計画を定め、安定的な需要確保のため繁閑の差を克服する経営に努めるとともに、消費者の

利便に対応した営業時間の設定、一日の時間の計画的な配分等を通じ、効率的な経営を行うよう努めるものとする。

(三) 作業管理の近代化

営業者は、生産性の向上、経費の低減及び商品の品質の維持管理を図るため、作業手順、作業方法及び作業日程計画を設定し、これらに基づき従業者に対する作業指導及び作業管理を行うよう努めるものとする。

(四) 経理の改善

ア 営業者は、家計と営業会計を分離し、経理の適正化に努めるとともに、営業活動のための財務計画を作成し、財務内容の改善を図るものとする。

イ このため、都道府県指導センターは、営業者に対する経理改善のための相談、指導事業を強力に推進するものとする。

また、全国指導センター及び連合会は、共通伝票、統一した経理基準及び原価計算基準の作成、普及等により、経理の規格化及び標準化を図るとともに経営改善に役立つデータの整備及び提供に努めるものとする。

(五) 経費の節減及び適正配分

営業者は、経営管理の適正化、作業の標準化、商品等の共同購入、正常な取引関係の確立、施設・設備、食鳥肉加工機器、調理器具、容器等の整備、省エネルギーの徹底等に努め、経費の節減を図るものとする。

また、営業者は、営業方針に応じた経費の適正な配分により、経営の合理化や個性化に努めるものとする。

二 施設・設備の整備

(一) 店舗の立地等の適正化

営業者は、その立地する地域の経営環境の変化に対する対応、自店の新たな経営方針の確立等のため、必要な場合には、立地の移転又は店舗の建替え等を行うよう努めるものとする。

(二) 店舗形態及び内部構成の改善

営業者は、自店の顧客層、立地条件、経営規模等を考慮し、かつ、食鳥肉販売店が生肉等の生鮮食品を提供する営業施設であることを十分認識し、消費者に対し、清潔で明るい好感の持てる印象を与え、利便と快適性を確保するような店舗の構成に努めるものとする。

この場合において、店舗の規模、形態及び内部構成が商品の衛生的取扱いの確保、作業能率の向上並びに消費者及び従業者の安全衛生の確保を図る上から、適正かつ合理的なものとなるよう努めるものとする。

(三) 設備の整備

ア 営業者は、業務の合理化、サービス及び衛生水準の向上を促進するために必要な設備及び機器の整備を図るとともに、清潔かつ衛生的に処理し、加工し、保管し、販売し、又は揚げ物、くんせい、そうざい類等を調理するために必要な設備の整備を図るものとする。

イ 特に営業者は、専門店として、一般食料品店等で販売されている食鳥肉及び食鳥肉関連商品に優るものを消費者に提供しなければならないことを十分認識し、自店独自の自家製ソーセイジ等の良質の食鳥肉加工食品や揚げ物、くんせい、そうざい類等を製造、調理するための自家製造用設備の整備を図るよう努めるものとする。

ウ 組合及び連合会は、店舗の標準設計、設備の合理的配置等について研究開発し、その普及

を図るものとする。

(四) 省エネルギーの推進

営業者は、自店のガス、電気等の使用量を定期的に正確に把握し、省エネルギーの観点から総点検し、サービス面及び業務面への影響に配慮して、効率的な省エネルギーの取組みに努めるものとする。

三 事業の共同化、協業化、連鎖化

(一) 営業者は、経営の近代化のための情報の収集・管理、食鳥肉等の処理、加工、調理技術等の研究開発並びに従業者に対する教育・研修及び福利厚生を共同で推進し、質的な経営資源の充実に努めるとともに、規模の利益が生ずる分野において、商品等の購入及び保管、需要開拓(宣伝、催事、共通利用券の発行等)その他の業務の共同化を図るよう努めるものとする。

(二) 営業者は、必要に応じ、冷凍倉庫、保管倉庫、教育・研修施設(自動車を含む。)、福利厚生施設等を共同で設置し、又は強い協業意思の下に事業を協業化することにより生産性の向上経営コストの低減、施設・設備の近代化、顧客吸引力の増大、経営力の強化及び従業者の福祉の向上を図るよう努めるものとする。

(三) 営業者は、単独では高度の経営技術や商品の開発機能、情報機能等を備えることが概して困難であるが、それらの機能の充実を図ることは極めて重要である。

したがって、営業者は、必要な場合には、適切な内容の連鎖化事業を共同で推進すること等により、経営の近代化と営業力の強化に努めるものとする。

(四) 組合及び連合会は、経営の活性化を図るため、組合員における事業の共同化、協業化、連鎖化を積極的に奨励し、これらの事業活動が円滑に推進されるよう適切な指導を行うとともに、必要に応じ、これらの事業を自ら企画、実施するよう努めるものとする。

なお、共同事業等の実施に当たっては、組合員の多数がこれに参加できるよう配慮し、特に物的共同施設の配置については、組合員の大部分にその施設が公平かつ有効に利用されるとともに、その設置及び維持管理に要する費用の負担が過重とならないように配慮するものとする。

四 役務及び商品の提供方法の改善

(一) 営業者は、サービス向上の意識を持つにとどまらず、接客の手引きを作成し、これを従業者に周知徹底させ、消費者の信頼と好感の得られるサービスの提供に努めるものとする。

また、営業者は、作業の標準化、専門化及び能率化を進めるため、作業の手引きを作成し、従業者に周知させる一方、効率第一主義に偏ることなく、丁寧な技術で良質な食鳥肉等の提供に努めるものとする。

(二) このため、組合及び連合会は、営業者が自店の特質に応じて作成する接客の手引き及び作業の手引きの基本となるものを作成し、その普及に努めるものとする。

(三) 営業者は、単に商品を消費者に販売するだけでなく、商品知識(表示品目の解説、料理・保存法等)の提供並びに商品の展示方法及び包装方法等に工夫をすることにより、消費者に納得と安心感を与えるサービスの提供に努めるものとする。

(四) 営業者は、消費者の選択の利便を考慮して、部位、用途等の他にカロリー、賞味期限及び品質保持期限等分かりやすい商品メニューの表示を行うよう努めるとともに、自店の特質に応じた価格の適正化を図ることにより、消費者に納得と安心感を与えるサービスの提供に努めるものとする。

(五) 営業者は、量の多寡等の消費者個々の要望に適応した商品メニューの多様化又は同一料金帯における選択の可能性の増大を図るとともに、商品の産地、特殊な飼育方法によるもの等の十分な情報

を提供することにより、消費者の選択の利便を図るよう努めるものとする。

五 新技術の開発等

- (一) 組合及び連合会は、消費者の要望の多様化に応えるため、その調査を行うこと等により、消費者の要望を的確に把握し、研究体制の整備や研究機関の設置等により、商品の品質保持等の新技術を開発し、その普及に努めるものとする。
- (二) 組合及び連合会は、外部の検査機関との連携、設備等の検査機関を自ら設置すること等により検査機能を充実し、設備の性能等の確保に努めるものとする。また、優良な設備等については、指定し、又は推薦できるような体制を整備するものとする。

六 従業者の資質の改善向上

- (一) 食鳥肉販売業の新たな発展を期するためには、食鳥肉等の処理技術、加工技術、調理技術、接客技術、情報収集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、食鳥肉販売店経営上の重要な点である。
したがって、営業者は、自ら進んで情報の収集、処理技術、加工技術、調理技術の開発、接客技術の向上等自己研さんに努め、職場内指導を充実するとともに、外部の教育機関への派遣をはじめ、組合等の実施する研修会、講習会等あらゆる機会を活用して従業者の資質の改善・向上を図り、その能力を効果的に発揮できるよう努めるものとする。
- (二) 組合及び連合会は、食鳥肉の基礎的な諸技術を広く業界に普及するよう努めるとともに、研修会、講習会、技能コンテスト等の定期的開催等教育・研修制度の充実強化に努め、従業者の資質の向上を図るものとする。

七 取引関係の改善

- 組合及び連合会は、共同購入等取引面の共同化を推進するとともに、処理加工業者等生産関係業界の協力を得て、取引条件の合理的改善及び組合員の経済的地位の向上を図るものとする。
- また、関連業界との連携を深め、情報の収集及び交換の機会の確保に努めるものとする。

八 需要の拡大

- (一) 営業者は、需要の拡大を図るためのモニター制度の導入、自店アンケートの実施、顧客名簿の作成等市場調査の充実により、消費者の要望を的確に把握し、営業時間、商品メニューの内容、価格設定、店舗構成、接客サービス等自店の営業の在り方について検討を加え、自店の特質を十分に生かして消費者に満足を与えることのできる営業を行うよう努め、需要の喚起を図るものとする。
- (二) 営業者は、自店の明確な経営方針に基づき、必要に応じて、電話及びファクシミリ等による注文、予約による配達サービスの導入等情報機器を活用した販売方法や副生物の注文販売等販売方法の工夫を図るとともに、接客技術の工夫、サービスカードの実施、店舗の改装等消費者の多様な要望に対応した営業を行うことにより新たな需要の開拓に努めるものとする。
- (三) また、営業者は、専門店にふさわしい商品の販売をするため、消費者の嗜好等を十分考慮した個性あるオリジナル商品を開発する必要がある。

したがって、食鳥肉を原材料とした手造り商品や副生物を原材料とした加工食品の開発等付加価値を高めた商品の製造に努力するとともに、専門店独特の各種の濃縮スープや料理用ソース等の製造をはじめ、香辛料、香味野菜及びそうざい用としてのパン粉、ギョウザ皮などの品ぞろえを行い、需要の喚起を図るものとする。

- (四) このため、営業者は、自店の個性あるオリジナル商品等について工夫を凝らした広告及び宣伝を的確に行うとともに、組合及び連合会は、消費者意識調査の実施、料理教室の開催、パンフレットの

作成、配布等消費者に対して食鳥肉に関する啓発活動を行うほか、催事の開催、共通利用券の発行等食鳥肉販売店の販売促進に資する効果的な事業の実施を図るものとする。

- (五) 組合及び連合会は、消費者の要望を取入れ、良質な食鳥肉の生産ができるよう、食鳥肉処理業者、食鳥肉加工業者等生産関係業界との連携を深め、情報の収集、整理及び分析並びに情報交換の機会の確保に努めるものとする。

第三 経営振興に際し配慮すべき事項

一 従業者に対する労働条件の改善及び福利厚生の充実

- (一) 営業者は、営業者本人や家族従業者も含めて全従業者が意欲と働きがいを持つて継続的に従事することができる魅力的な企業経営を行うことにより従業者の確保、勤労意欲の増進を図るため、労働基準法を十分に理解し、遵守することはもとより、適正な賃金水準の確保、休業日及び年次有給休暇の増加、労働時間の短縮等の労働条件について消費者の利便や経営の安定に配慮しつつ、その改善に努めるものとする。

また、必要に応じ、人手不足、経費の上昇等に対処するため、熟練技術者の技能を生かす一方で、パートタイマー等を確保し、その活用を図るものとする。

- (二) 営業者は、従業者にとって、働きやすい職場環境を形成するため、自ら又は他の営業者と共同して福利厚生の実施に努めるものとする。

- (三) 組合及び連合会は、必要に応じ、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施を図るとともに、共済制度(退職金、生命保険等)や年金基金等の整備、充実を図るものとする。

また、組合員は、これらを積極的に活用し、従業者の福祉の向上及び生活基盤の安定に努めるものとする。

二 衛生管理

- (一) 営業者及び食品衛生責任者は、食鳥肉販売店における食中毒等食品衛生上の問題発生の防止及び衛生水準の維持向上を図るため、食品衛生に関する知識を深め、日頃から商品の衛生的取扱いに留意し、施設・設備、食鳥肉加工機器、調理器具、容器等の衛生管理に努めるとともに、従業者の健康管理に十分留意するものとする。

また、服装や手指、頭髮等の身体の清潔保持について率先垂範するとともに、従業者に対する衛生教育の徹底及び指導監督に当たるものとする。

- (二) 組合及び連合会は、保健所等関係行政機関等との連携を密にし、衛生管理に関する研修会及び講習会の開催、営業者及び食品衛生責任者の衛生管理手引きの作成等業界における衛生思想の啓発普及及び自主的な衛生管理体制の整備、充実を図るものとする。

三 従業者の安全衛生の確保

- (一) 営業者及び食品衛生責任者は、食品衛生法、労働安全衛生法等の関係法令を十分理解、遵守し、作業環境の改善及び整備、従業者の健康診断の実施、従業者に対する安全衛生教育の実施等従業者の安全衛生の確保及び健康保持のために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。

- (二) 組合及び連合会は、保健所等関係行政機関等との連携を密にし、組合に安全衛生の確保のために管理指導に当たる者を置くように努め、健康診断の実施を促進する等組合員等の安全衛生のための自主管理体制を確立し、その効果的運用を図るよう努めるものとする。

四 環境の保全

- (一) 営業者は、営業活動に伴って生じる廃棄物等を少なくするよう努力するとともに、地域の環境に悪影響を及ぼさないよう必要な措置を講じ、環境の保全に努めるものとする。

また、営業者は、近隣商店街における共同清掃事業に参加する等地域の環境保全に努めるものとする。

(二) 組合及び連合会は、容器や包装のリサイクルシステムを構築するなど環境の保全に努めるものとする。

第四 消費者利益の増進に関する事項

一 啓発普及活動

(一) 営業者は、消費者に対し、食鳥肉に関する知識の提供に努め、食鳥肉販売店に関する消費者の理解を深めるものとする。

(二) 組合及び連合会は、消費者に対し、料理方法、栄養価等有用性の高い食鳥肉に関する啓発講座の実施、パンフレットの作成、配布等により消費者に対する正しい知識の啓発普及及び食鳥肉販売店に対する理解と信頼の確保に努めるものとする。

二 表示の適正化

(一) 営業者は、消費者の選択の利便を図るため、商品の価格や内容については、消費者保護基本法、消費者保護条例、公正競争規約等の関連する法律等を十分参酌し、品目ごとに適正な表示をするよう努めるものとする。

(二) 全国指導センターは、サービス及び商品の内容、施設・設備の表示の適正化に関する事項等内容をとする食鳥肉販売業の標準営業約款を定め、営業者は、進んで、この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。

三 消費者の信頼の確保

(一) 営業者は、消費者からの意見や苦情に対して適切に対応することが、消費者の信頼の確保及び消費者の要望の動向の把握に資することからも、食鳥肉販売に係る消費者の意見や苦情に対しては、誠意をもって対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めるものとする。

(二) 組合は、消費者の意見の収集に努めるとともに、これをサービスに反映させるよう営業者に対する情報提供等に努めるものとする。

(三) また、組合は、苦情相談窓口を開設するとともに都道府県指導センター等の設置する苦情処理機関の運営に協力する等苦情処理体制の整備を図るほか、食中毒等に関する損害賠償保険の導入等損害賠償制度の確立を図るよう努めるものとする。

(四) このため、連合会は、意見処理の手引き、苦情対応の手引き及び損害賠償基準を策定し、その普及に努めるものとする。

四 その他消費者利益の擁護

組合及び連合会は、上記のほか、消費者の利益の擁護に資するものについて常時検討を加え、その実現に向け、必要な措置を講ずるものとする。

第五 振興指針の有効活用の方策

この食鳥肉販売業の振興指針は、組合が策定する振興計画の基本的な考え方を定めたものであり、組合は、この振興指針に即し、地域の実態を踏まえた振興計画を策定するとともに、関係諸機関の協力等を得ながら、その確実な実施に努めるものとする。

なお、振興計画の策定に当たっては、組合員等の意見を集約するとともに、都道府県及び都道府県指導センターの指導、協力を得るものとする。