

## 生活衛生関係営業振興指針の見直しについての考え方

本ペーパーは、生活衛生関係営業を取り巻く環境の変化を踏まえ、振興指針の見直しについて幅広く議論し、今後の振興指針の改定作業に活用してもらうための「考え方」をまとめたものである。

平成14年8月26日

生活衛生関係営業振興指針見直し勉強会

## 1. 生活衛生関係営業を取り巻く環境の変化

振興指針制度は、生活衛生関係営業の振興を計画的に推進することにより、公衆衛生の向上及び利用者の利益の増進に資することを目的に、昭和54年に創設された。以来20余年にわたり、5年ごとに改定を重ねながら、現在に至っている。

この間、日本経済は、名目国内総生産が2倍超となるなど、90年代の景気後退期を除けば、長期で見れば比較的安定した成長を続け、国民生活も豊かになった。生活衛生関係営業も、日本経済の成長とともに、個々の業種の違いや短期的な景気の影響は受けつつも、業全体としては比較的安定した成長を続け、国民生活の向上に貢献してきた。

しかし、21世紀を迎え、我が国の経済・社会は、大きな転換期にある。とりわけ、本格的な少子・高齢化社会においては、労働力人口の減少、貯蓄の増加率の低下、購買力人口の減少などにより、潜在成長力の低下は避けられず、右肩上がりの経済を前提とすることが困難になっている。従来型の資源配分の見直しなど、効率的で活力のある経済・社会の再構築が求められている。

また、これまでの画一的な価値観が崩壊し、多様な就労形態や夫婦共働きが増えるとともに、高齢者等の単身世帯の増加、健康や環境に対する関心の高まりなど、国民の生活様式や消費行動も大きく変化してきている。

## 2. 振興指針の見直しに当たっての考え方

生活衛生関係営業を取り巻く環境の変化を踏まえ、以下のような新たな考え方に立って、振興指針を見直す必要がある。

### (1) 従来の護送船団方式の考え方の見直し

生活衛生関係営業は、多様なニーズを持つ個人を顧客とするサービスであり、自分の店が誰をターゲットとし、何を「売り」にしているのかを明確化することが最も重要である。例えば、夫婦二人で地道に経営している飲食店は、家庭的な

味や雰囲気を売りにしているのだから、日に何十人も客が来たらサービスの質が低下し、客が離れていってしまうだろう。同じ業種であっても、それぞれの店によって「売り」とするものは異なり、それに伴って、望ましい客層、客数、売上額も異なるのが自然である。

これまでのような右肩上がりの経済成長が期待できない環境にあつては、限られた経済資源（経済のパイ）の中での競争になるため、個々の企業の経営改善や創意工夫によって積極的に伸びていく企業もあれば、そうできない企業やそうしない企業も存在するものであり、「落ちこぼれが出ないように、業界全体が大きくなければ」という従来の考え方は限界になりつつある。それゆえこれまでの業全体での売上額（需要額）の目標を設定する考え方を見直す必要がある。

## （２）多様な経営方法を認める考え方に立つことが必要

生活衛生関係営業は、多様なニーズを持つ個人を顧客とするサービスであり、不特定多数の客に画一のマニュアル化したサービスを提供しても、それだけでは長期にわたって経営を成功させることはできない。細々であっても長く続けている店は、それぞれの経営手法により固定顧客をつかんでいるからこそ続けているのである。

「店を大きくする、利益を増やす」といった考え方があるのは当然であるが、だからといって「小さい、零細は落ちこぼれ」といった考え方は、生活衛生関係営業の分野においては必ずしも当てはまらない。

また、流行の変化が激しい世の中にあつて、個人経営の店が長く営業を続けるためには、消費者が求めているから何でもかんでも取り入れるというのではなく、自分の「売り」を明確化し、自分ができるのはここまでと割り切って、それでも来てくれる客だけを大切にするという経営手法も考えられる。

現行の振興指針は５年ごとに改定しているが、思いもかけぬ企業が倒産するような変化の激しい環境にあつては、５年間有効な経営課題を一律に示すことは困難である。また、「指針」によって、行政や組合が指導的に「こうやいなさい」と全体の方向付けをするような時代ではなくなりつつある。

これからは「いろいろなやり方があっていい」という考え方に立って、経営の考え方や経営改善に関しては自助努力を支援する形が求められる。多様な営業形態

があることが、生活衛生関係営業の幅の広さにつながり、個人の生活の豊かさ、地域の活性化に貢献できるようになるのである。

### (3) 営業者の自立的な経営努力を支援

生活衛生関係営業は、生活に密着したサービスであり、営業者の創意工夫により付加価値の高いサービスを提供することで、今後とも国民生活の向上に貢献する役割が期待される。特に長期で見れば、可処分時間の増加や女性・高齢者の就労促進による可処分所得の増加などの国民の生活様式が変化する中で、潜在的な需要を掘り起こすことも可能である。したがって、生活衛生関係営業が個人の生活の豊かさや地域の活性化に貢献する余地は大きい。

多様な経営形態を認めつつ、自立的に経営努力をする営業者やのれん分けなどによって起業する営業者に対しては、我が国経済の活性化や国民生活の向上の観点から、行政や組合が適切に支援することが求められる。

その際、「こうすべき」と画一的に関与するのではなく、「こんなやり方もあるよ、良かったら参考にしてください」という形で、営業者が容易に活用できる先駆的な経営事例を生活衛生営業指導センターや組合が紹介するなど、多様な営業形態を認めながら、営業者の自立的な努力を支援していくという考え方を採用することが求められる。

### (4) 社会全体で取り組むべき課題については支援が必要

上述のとおり、生活衛生関係営業は多様なニーズを持つ個人を顧客とするサービスであり、店によって「売り」とするものは異なるので、店が成功するかどうかは、個々の営業者の自立的な経営改善の取組に依存している。

しかしながら、社会・経済の進展等に伴い、O-157、BSEなど安全・衛生面での新たな課題や環境対策、バリアフリー対策など、社会全体で取り組むべき課題が生じている。

これらに対しては、法律に基づく規制措置が講じられているものもあるが、生活衛生関係営業は個人・零細の営業者が大部分を占めるため、法規制による個々の営業者の取組だけでは十分な対策が講じられなかったり、成果を得るまでにかなりの時間を要する面もある。したがって、こうした事項については、個々の営業者

による独自の取組に加え、営業者が重点的に取り組むべき「指針」を示し、行政・組合等が適切に支援・推進することが重要である。これにより営業者個人の取組を一層促進させることができる。

なお、生産者並びに製造業者段階での商品の偽装表示や取引先金融機関の倒産など、営業者の自己責任領域を超える事項については、今後とも行政・組合が適切に関与・支援していくことが必要である。

#### (イ) 安全・衛生、環境に関する取組の推進・支援

安全・衛生に関する取組は、国民の健康や生命に関わるものであり、生活に密着したサービスを提供している生活衛生関係営業にとって最も重要な事項である。近年は、O-157、BSE、レジオネラなど新たな課題も生じている。これらは、生産・流通過程も含めた対応が必要であり、より専門的・複合的な対策が求められる。そのため、営業者個人の取組だけでは限界があることは否めない。したがって、各営業者が安全・衛生規制を遵守することは勿論であるが、行政が適切に関与し必要な規制を講じるとともに、研修事業や共同事業等を通じて、行政や組合が必要な支援をしていくことが重要となる。

衛生水準の向上と生活衛生関係営業の活性化は、どちらか一方を優先させると一方が成り立たなくなるというのではなく、互いに両立させることにより、消費者の安心と信頼が生まれる。それゆえ、安全・衛生に関する事項は、今後とも振興指針に適切に位置づけていく必要がある。各営業者が現行の安全・衛生規制を遵守することは当然であるが、これからは「頑張れば達成可能な目標を示す」という考え方に立って、安全・衛生規制で業界全体が守るべき最低限の水準を示すというよりも一段高い望ましい水準を示すことが必要になる。

また、社会の成熟化、生活重視の志向等に伴い、環境問題やリサイクルに対する消費者の関心も高まっている。省エネ法、食品リサイクル法、土壌汚染対策法など、社会全体での取組も進みつつある。

環境・リサイクル対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の営業者が個別に取り組むだけではなく、地域の自治体や組合、自治会などが関与しながら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。生活衛生関係営業においても、組合活動を基本としつつも、業種を超えて組合同士で協力

したり、組合加入者以外の営業者にも参加を促すなど、行政・組合が適切に関与・支援しながら、地域で一体となって環境・リサイクルに関する取組が推進されることが期待される。

#### (ロ) 少子・高齢化社会への対応

21世紀は、本格的な少子・高齢化社会である。労働力人口の減少等に対応するため、これからは女性や高齢者の就業促進に積極的に取り組むことが求められている。また、公共施設におけるバリアフリー対策など社会全体で高齢化社会に対応した取組も進められつつある。

生活衛生関係営業は、多様な経営形態が各地に存在するため、多様な就業の場を身近な地元を提供することを可能とする。また、労働集約型であり、女性や高齢者の就業割合も高く、これらの者の雇用において期待される役割は大きい。就業の場を広げることは、社会の豊かさを広げることにもつながる。

生活衛生関係営業は、生活に密着したサービスであり、本格的な高齢化社会においては、足腰の弱い高齢者が気軽に立ち寄れるようバリアフリー対策などの設備面での取組に加え、地域住民の憩いやつながりの場としてのソフト面での役割の遂行など、幅広い取組が期待される。

また、これからの高齢者は、若い世代と同様、生き方や考え方も多様であり、引退後も地域の自治会やボランティア、サークル活動に携わるなど、地域社会や文化活動に活発に関わっている人も多い。保有資産が多い人も少なくなく、国内需要拡大の大きな一翼が期待されている。それゆえ、生活衛生関係営業においても、各営業者の創意工夫により、高齢者の潜在的ニーズを的確にとらえ、顧客として取り込んでいくことが重要となる。

#### (ハ) 地域との共生

地域においては、自治会、商店街、NPO、自治体などが中心となって、文化・福祉・健康・治安などの分野において、特色のある街づくりや地域社会の再生への取組が見られるようになっている。

生活衛生関係営業は、地域の住民が顧客であり、地域社会の活性化が直接、経営に影響する。地域住民にとっても、生活衛生関係営業は日常生活に密着し

ており、憩いや人と人とのつながりの場などとして期待される役割も大きい。

各営業者においては、各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。その際、組合活動を通じて地域の取組に参加することを基本としつつも、同じ地域においては業種を越えた組合同士での相互協力を推進するなど、多様な主体が縦横に連携・協力することで地域ごとの特色を出すことが期待される。

### 3. 振興指針の見直しの主要事項

「振興指針の見直しに当たっての考え方」を踏まえて、以下のような事項を柱に振興指針を見直す必要がある。

#### (1) 業全体の需要額、達成目標の提示の見直し

現行の振興指針では、業種ごとに5年後に見込まれる業全体の需要額を定め、それに必要な衛生設備の水準などの達成目標を定めているが、このようにして業全体の需要額を定めることの意味は薄れており、廃止してもよいと考えられる。

#### (2) 経営課題の選択肢の提示

これまでの振興指針では、「こうやりなさい」と指導的に「指針」を示してきたが、新たな振興指針では、「こんなやり方もあるよ、良かったら参考にしてください」という形で、一般論としてのメリット・デメリットの解説を加えた先駆的な経営事例をサブテキスト等で紹介しながら、経営の考え方や経営改善のためのヒントを与え、選択は本人に任せることにしてはどうか。

#### (3) 安全・衛生、環境に関する取組の推進

安全・衛生、環境に関する取組を推進する必要がある。これらは、社会全体で重点的に取り組むべき課題であり、行政・組合等が適切に関与・支援していくことが重要である。これまでも振興指針に記載され、政策融資等の支援措置が講じら

れてきたが、今後は、振興指針においてより適切な位置づけを与えることが必要となる。

#### (4) 少子・高齢化社会への対応、地域との共生

少子・高齢化社会への対応は、生活衛生関係営業にとって最も重要な課題の一つである。女性・高齢者の就業促進、バリアフリー対策等に積極的に取り組むことが期待される。また、生活衛生関係営業は、地域に密着したサービスであり、地域と共生し、地域の取組に積極的に参加していくことが求められる。これらの項目は、今後とも振興指針に適切に位置づけることが必要である。

#### (5) 業界横並びの振興指針の見直し

生活衛生関係営業を取り巻く経済・社会の環境の変化に伴い、業種ごとに取り組むべき課題にも差が出てきている。これまで、業種ごとに偏りが生じないよう横並びに配慮して改定されてきたが、今後の改定作業では、業界横並びの振興指針の在り方を見直す必要がある。

#### (6) 振興指針の簡明化

上記のほか、振興指針の内容を再点検し、スリム化するとともに、メリハリのあるものにする必要がある。



生活衛生関係営業振興指針見直し勉強会

平成14年8月26日現在

○ 原田 一郎 (東海大学教養学部教授)

遠藤 邦夫 (株式会社矢野経済研究所生命科学産業調査本部長)

亀川 潔 (全国生活衛生営業指導センター専務理事)

喜多 捷二 (帝京大学経済学部教授)

新谷 安良 (協同組合コンサルタンツ・ネットワーク新谷経営研究所所長)

○ : 座長

## 2業種の振興指針の概要

### 食肉販売業の振興指針の概要

#### 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

- ・ 同業種内の競争(スーパーマーケット、低価格販売店)
- ・ 国民の生活様式の変化による外食需要の増加
- ・ 牛海綿状脳症(BSE)の国内での発生
- ・ 消費者の情報開示等の要望(トレーサビリティ等)
- ・ 高齢化、後継者問題

##### 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

- ・ 衛生水準の維持向上(食中毒)
- ・ 消費者に対して安全で良質な商品の提供
- ・ 専門店として独自性のある商品の提供
- ・ 商品の品質に対する正確かつ詳細な情報の提供
- ・ 食肉に対する消費者の理解及び信頼の向上を図る(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)

#### 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

- ・ 食品衛生法等の関係法令の遵守
- ・ 食品衛生に関する専門的な知識の取得
- ・ 食品衛生管理者の活用
- ・ 加工機器及び容器等の衛生管理の改善

- ・ 店舗及び従業員の清潔保持及び健康管理
  - ・ 食中毒等食品衛生上の問題発生の防止
  - ・ 衛生管理状況の自主点検及び結果の店内表示
- (2) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項
- ・ 商品の受渡し場の食中毒の発生防止
  - ・ 定期的な施設及び設備の見直し及び改善
  - ・ 冷蔵設備、加工機器及び容器等鮮度の管理に必要な設備の改善

## 2 経営課題への対処に関する事項

- (1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮
- ・ 自店の経営上の特質の把握(立地条件、客層、商品の特色、技術力等)
  - ・ 経営方針の明確化(対象客層、提供商品)
  - ・ 独自性の発揮(良質な食材及び付加価値の高い食材の提供)
- (2) 消費者に対する情報提供の推進
- ・ 情報提供(商品の品目、産地、飼育者、飼育方法、処理日時及び加工方法等)
  - ・ 商品に関する疑問及び苦情に対する的確な対応
- (3) 施設及び設備の改善
- ・ 定期的な内外装の改装
  - ・ 近代的経営(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、省エネルギーの推進、従業員の福利厚生の実施等)
- (4) 家族経営及び対面販売の利点の発揮
- ・ 経営に関する問題意識の従業員間での共有
  - ・ 地域に密着した長期的な視点に立った経営
  - ・ 顧客の要望に対する柔軟かつ速やかな対応
- (5) 後継者の確保、経営の近代化

- ・ 後継者の確保(子供の職業選択及び相続等私的問題への取組、若い人材の活用)
- ・ 事業承継(経営の合理化、施設及び設備の更新、経営形態の見直し等)
- (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
  - ・ 顧客管理情報のデータベース化、ダイレクトメール、ホームページ
- (7) 経営診断の活用
  - ・ 都道府県指導センター等の経営指導機関の活用
- (8) 個人情報の管理に関する事項

## 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

- (1) 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項
  - ・ 衛生管理の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
- (2) 施設及び設備の改善に関する事項
- (3) 消費者の利益の増進、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
  - ・ 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提供)
- (4) 経営管理の近代化及び合理化に関する事項
- (5) 営業者及び従業者の技能の改善向上に関する事項
  - ・ 教育研修制度の充実強化(研修会、講習会、技能コンテストの開催等)
- (6) 事業の共同化及び協業化に関する事項
- (7) 仕入れ方法の工夫及び取引関係の改善に関する事項
  - ・ 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
- (8) 従業者の福祉の充実に関する事項

- ・ 福利厚生充実、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
  - ・ ケーススタディ及び成功事例等の経営知識の情報提供

## 2 行政施策及び政策金融による事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
  - ・ 事業者に対する経営改善のための具体的指導、助言等の支援
  - ・ 消費者からの苦情及び要望の伝達
  - ・ 保健所等との連携による新規組合加入促進
- (2) 財団法人全国生活衛生営業指導センター
  - ・ 情報の提供、苦情処理マニュアルの作成等
- (3) 国、都道府県等
  - ・ 食品衛生に関する監督指導、情報提供等
- (4) 国民生活金融公庫
  - ・ 生活衛生資金貸付による融資の実施等

## 第3 営業の振興に際し考慮すべき事項

- I 環境の保全及びリサイクル対策の推進(食品リサイクル)
- II 少子高齢社会への対応(バリアフリー対策等)
- III 食育への対応
- IV 地域との共生
  - ・ 地域における街づくりへの参加
  - ・ 組合及び連合会の相互協力

## 氷雪販売業の振興指針の概要

### 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

- ・ 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
- ・ 氷雪販売業の取り扱う氷の需要は減少傾向
- ・ 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

#### 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

- ・ 食中毒等食品衛生上の危険防止、安全で良質な商品の提供
- ・ 多様化する消費者ニーズの把握、顧客サービスの充実
- ・ 顧客購買履歴等の活用(情報のデータベース化、注文方法の電子化等)
- ・ 新商品の開発(用途に応じたサイズや形状の氷の提供)
- ・ 「純氷」及び氷雪販売店の広告及び宣伝の強化

### 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

- ・ 食品衛生法等の関係法令の遵守
- ・ 食品衛生に関する専門的な知識の取得
- ・ 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
- ・ 安心できる商品の提供(店舗及び従業者の清潔、従業者の健康管理)
- ・ 食中毒等食品衛生上の問題発生防止
- ・ 従業者の清潔な着衣の使用、手洗いの励行及び店舗の清掃

- ・ 衛生管理状況の自主点検及び結果の店内表示
- (2) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項
  - ・ 定期的な衛生面の改善への取組
  - ・ 衛生的な純氷の処理及び加工

## 2 経営課題への対処に関する事項

- (1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮
  - ・ 自店の経営能力に適合した経営規模の実現
  - ・ 財務内容の改善及び経営管理の近代化
  - ・ 経営方針の明確化(消費者層の対象の把握)
- (2) サービスの見直し及び向上
  - ・ 新商品の開発及び個性的なサービスと情報の提供、消費者への注文配達、多様化するニーズに応えるための商品の品揃え等、新たなサービスの開発と展開並びに経営の合理化等
- (3) 施設及び設備の改善
  - ・ 定期的な内外装の改装
  - ・ 施設及び冷凍設備等の衛生面の改善
  - ・ 消費者の安全衛生及び従業員の労働安全衛生の確保
  - ・ 消費者要望の充足、省エネルギーの推進、従業員の福利厚生の実施等
- (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
  - ・ 顧客管理情報のデータベース化等の情報通信技術の活用
- (5) 経営診断の活用
  - ・ 都道府県指導センター等の経営指導機関の活用
- (6) 個人情報管理に関する事項

## 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

- (1) 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項
    - ・ 衛生管理の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
    - ・ ポスター等による消費者に対する広報の推進
    - ・ 商品の衛生的取扱い、施設、設備、氷の処理・加工機器及び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等
  - (2) 施設及び設備の改善に関する事項
  - (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
    - ・ 接客手引きマニュアルの作成、啓発講座の実施及び啓発パンフレットの作成
    - ・ 苦情相談窓口の開設及び苦情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等の提供
  - (5) 営業者及び従業者の技能の改善向上に関する事項
    - ・ 教育研修制度の充実強化(研修会及び講習会の定期的開催等)
  - (6) 事業の共同化及び協業化に関する事項
  - (7) 取引関係の改善に関する事項
  - (8) 従業者の福祉の充実に関する事項
    - ・ 労働条件整備及び健康管理の支援
    - ・ 組合員等の福利厚生、共済制度の整備及び強化
  - (9) 事業の承継及び後継者支援に関する事項
    - ・ ケーススタディ及び成功事例等の経営知識の情報提供
- 2 行政施策及び政策金融による営業者の支援、消費者の信頼性の向上
- (1) 都道府県指導センター
    - ・ 営業者に対する経営改善のための具体的指導、助言等の支援



- ・ 消費者からの苦情及び要望の伝達
- ・ 保健所等との連携による新規組合加入促進
- (2) 財団法人全国生活衛生営業指導センター
  - ・ 情報の提供、苦情処理マニュアルの作成等
- (3) 国、都道府県等
  - ・ 食品衛生に関する監督指導、情報提供等
- (4) 国民生活金融公庫
  - ・ 生活衛生資金貸付による融資の実施等

### 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
- II 少子高齢社会への対応
- III 地域との共生(街づくりへの参加、防犯活動、災害支援物資の提供)