

食肉販売業の振興指針（案）

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 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、いずれも合わせて約 7 割以上を占めている。過年度調査（平成 24～25

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。一方、豚肉と鶏肉は過年度に比べて購入頻度が減少傾向にある。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(財団法人日本食肉消費総合センター「消費動向調査」による。)

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。)。株式会社日本政策金融公庫(以下「日本公庫」という。))の行った「生活衛生関係営業の景気動向等調査(2015年4~6月期)特別調査結果」の食肉・食鳥肉販売業において、売上拡大に向け強く意識している課題は、「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については、「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。

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26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。

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%	<ul style="list-style-type: none"> 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%	<ul style="list-style-type: none"> 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%	<ul style="list-style-type: none"> 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	経営管理の合理化及び効率化に関する事業	33%	40%	<ul style="list-style-type: none"> 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	営業者及び従業者の技能向上に関する事業	28%	51%	<ul style="list-style-type: none"> 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%	<ul style="list-style-type: none"> 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%	<ul style="list-style-type: none"> 食肉等の共同購入供給の推進 情報交換会の開催
8	従業者の福利の充実に関する事業	52%	30%	<ul style="list-style-type: none"> 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。

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、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即応することで、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。

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、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。

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 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

食中毒等食品衛生上の問題、口蹄疫や牛海綿状脳症（BSE）問題、不当表示問題などの衛生問題に対しては、営業者、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。）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

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) 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、消費者のニーズにきめ細やかに対応した品揃え、弁当・惣菜の宅配や移動販売の実施、御用聞きといった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、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、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 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、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 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、毎日定期的を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。

ア 自店舗の立地条件、消費者層、資本力、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食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（自家製商品）類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た清潔な雰囲気醸成
 - ウ 高齢者、障害者等に配慮したバリアフリー対策の実施

- エ 消費者の安全衛生及び従業員の労働安全衛生の観点から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 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 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、かつ良質な商品の提供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 商品の適正表示マニュアルの作成及び普及啓発

エ 苦情対応マニュアルの作成及び普及啓発

オ トレーサビリティーの推進

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 消費者に対する、食肉についての正しい知識に関する普及啓発

ケ 消費者調査に基づく消費者嗜好の把握

(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。
- (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（健康保険又は国民健康保険をいう。）、年金保険（厚生年金保険又は国民年金をいう。）及び労働保険（労働者災害補償保険及び雇用保険をいう。）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。
 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、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
 - 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。
 - 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
- 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) サービスの提供及びプロセスの改善
 - (2) ITの活用
 - 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
- 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。
 - (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
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（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
- (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。
 - 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