

実績評価書

平成14年9月

政策体系	番号	
基本目標	2	安心・快適な生活環境づくりを衛生的観点から推進すること
施策目標	5	生活衛生関係営業の振興等により生活衛生の向上・推進を図ること
		生活衛生関係営業における衛生水準の確保及び振興を図ること
担当部局・課	主管課	健康局生活衛生課
	関係課	

1. 施策目標に関する実績の状況

実績目標1 生活衛生関係営業の経営の安定・強化・充実を図ること (実績目標を達成するための手段の概要) 生活衛生関係営業の経営の安定・強化・充実を図るために、「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3条により、国民生活に密着している業種の営業者の組合化を図るとともに同法第56条の2に基づき定められた振興指針に沿った振興計画を作成している。					
(評価指標)	H9	H10	H11	H12	H13
振興計画の認定件数	520	520	518	517	519
(備考) 振興計画の認定件数は、厚生労働省健康局生活衛生課及び地方厚生局で把握した件数である。					
実績目標2 営業における高齢化社会への対応を図ること (実績目標を達成するための手段の概要) 生活衛生関係営業の振興、衛生水準の向上及び高齢化社会への対応を図るといった観点から、関係組合が設けているシルバースター登録制度、福祉浴場についての情報提供を行っている。					
(評価指標)	H9	H10	H11	H12	H13
シルバースター登録旅館数	421	631	779	850	922
福祉浴場を実施している公衆浴場数	-	-	-	-	125
(備考) 出典 全国旅館生活衛生同業組合連合会調べ 健康局生活衛生課及び全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会が各都道府県公衆浴場業生活衛生同業組合から聴取したもの。					
実績目標3 消費者・利用者の権利利益を擁護すること (実績目標を達成するための手段の概要) 提供する役務の内容や施設や設備の表示の適正化等により、利用者や消費者がサービスや商品を購入する際の選択の利便を図るという消費者保護の観点から、厚生労働大臣が指定する業種(現在は、理容業、クリーニング業、美容業の3業種。麺類業と飲食業の指定について検討中。)について標準営業約款を定めている。					
(評価指標)	H9	H10	H11	H12	H13
標準営業約款登録施設数					
理容業	69,570	66,174	66,181	65,901	61,853
美容業	31,165	29,459	29,476	28,764	27,223
クリーニング業	5,930	5,851	5,852	5,362	5,271
(備考) 出典 全国生活衛生営業指導センター調べ 登録施設数が減少しているのは、適正化規定が平成10年3月末で廃止になったことや高齢化等で廃業する組合加入の理髪店等が多かったため。営業約款の業種拡大(麺					

（類組合、飲食業組合）については、平成 13 年度より検討会を開催している。

2. 評価

(1) 実績目標の達成状況の評価

実績目標 1 生活衛生関係営業の経営の安定・強化・充実を図ること
有効性 5年ごとに策定される振興指針に基づき、各組合が策定した振興計画に従い、5年間にわたる計画的な事業運営を実施することにより、経営の安定と強化につながる。小規模零細企業である生活衛生営業者が個別では実施できない事業について組合を通じて計画的に経営・強化・充実が図れることから、効果があったと言える。 また、この施策を通じて経営の安定・強化・充実を図ることにより、国民の衛生水準の向上に資することとなる。
効率性 振興計画の策定については、国からの資金的な支援は無いものの、振興指針の運用に関する指導を通じて振興計画の立案等に与える影響は大きいものがあるため、経営の安定・強化・充実にとどまらず、生活衛生水準の向上に結びついていることから効率的な手法であると考えている。
実績目標 2 営業における高齢化社会への対応を図ること
有効性 国は、旅館組合に対し各種の情報を提供しているところであるが、シルバースター登録旅館が増えることによって、高齢者の利用が促進され、ひいては国民の福利厚生の向上につながり、効果が上がっている。
効率性 シルバースター登録件数は、高齢化社会の到来を反映して年々増えており、効果的に行われているといえる。 なお、このシルバースター登録は、個々の旅館、ホテルの創意工夫を凝らした組合自身の制度であるので、国としての資金を使用せずに実施している上、効果が上がっているので効率的な手法であると考えている。
実績目標 3 消費者・利用者の権利利益を擁護すること
有効性 営業約款の制定、励行により消費者・利用者はサービス等を購入する際、適切な情報を入手することが出来る。その結果、消費者・利用者の保護が図られ、また消費者とのトラブル防止という営業者への利益にもつながり、有効である。
効率性 毎年11月を「標準営業約款普及登録促進月間」と定め、全国生活衛生営業指導センター及び各都道府県生活衛生営業指導センターを通じてポスター、チラシやテレビ、ラジオ等のマスコミへの情報提供という方法及び消費者団体との懇談会等の場を用いて約款制度の周知を効率よく行うことで約款の登録の促進を行っている。

(2) 施策目標の達成状況と総合的な評価

現状分析 振興指針に基づく振興計画の認定件数は、全 587 組合中、519 件（13.12.13 現在）であり、慢性的な不況の中で休業・廃業する営業者が多く、休止状態に陥っている組合がある状況にもかかわらず 9 割弱の認定件数を維持している。 シルバースター登録旅館は、922 件（14.3 末）であり、前年と比較して 72 件増加している。 標準営業約款登録件数（13.3 末）は、（理容業 61,853 件、美容業 27,223 件、クリーニング業 5,271 件）であり、それぞれ前年度に比べて若干減少している。これは慢性的な不況や高齢化等で廃業する組合加入の理髪店等が多かったためと考えている。 生活衛生関係営業における衛生水準の確保及び振興を図るという観点から、全組合が振興計画を提出し、認定が受けられるような指導、シルバースター等の登録旅館が増加するように組合に対しての各種の情報提供及び消費者擁護の施策の実施を今後と

も引き続き実施する必要があると考える。

施策手段の適正性の評価

生活衛生関係営業は、中小零細事業所が多く、「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」に基づき、生活衛生営業者が組合を結成することができる」とされており、その組合に対して各種施策を行っている。

組合を単位として各種施策を行うことで、生活衛生関係営業者に対して効率よく指導や情報提供を行うことができ、また、組合の自主性を尊重しながら生活衛生関係営業における衛生水準の確保及び振興を図ることができる。

したがって、現行の施策手段は適正なものであると考えている。

総合的な評価

生活衛生関係営業は、常に衛生水準の向上が求められるが、個人・零細の営業者が大部分であるため、生活衛生同業組合が策定する振興計画に基づく共同事業や生活衛生指導センターの経営指導等により、営業の計画的な振興を図っているところであり、各種施策は一定の効果をあげていると考えている。

3. 政策への反映方針

今後とも引き続き現行の施策を実施し、デフレの経済環境において生活衛生関係営業が抱えている課題に適切に対応することにより、衛生水準の向上及び営業の健全な振興を図ることとしたい。

4. 特記事項

学識経験を有する者の知見の活用に関する事項
標準営業約款の設定に当たっては、学識経験者等を入れた検討委員会を開催している。

各種政府決定との関係及び遵守状況

(「地方分権推進計画」「国の行政組織等の減量、効率化等に関する基本計画」「第10次定員削減計画」「行政改革大綱」等)

なし。

総務省による行政評価・監視等の状況

なし。

国会による決議等の状況(警告決議、付帯決議等)

なし。

会計検査院による指摘

なし。