

○厚生労働省告示第五十八号

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（昭和三十二年法律第百六十四号）第五十六条の二第一項の規定に基づき、食鳥肉販売業の振興指針（平成二十五年厚生労働省告示第八十六号）の全部を次のように改正し、平成三十年四月一日から適用する。

平成三十年三月十五日

厚生労働大臣 加藤 勝信

食鳥肉販売業の振興指針

食鳥肉販売業の営業者（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、食鳥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、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、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、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、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 食鳥肉販売業を取り巻く状況

一 食鳥肉販売業の事業者の動向

平成26年10月現在の食鳥肉販売業の従業員規模については、従業者数5人未満の零細事業者が54.9%であり、前回調査時（平成21年度）（58.6%）とほぼ同様となっている。また、経営者の年齢については、60歳から69歳の者の割合が38.7%、70歳以上の者の割合が24.3%と、60歳以上の者の割合が63.0%となっており、前回調査時（63.6%）と同様に6割を超えている。このことから、食鳥肉販売業においては、引き続き経営全般が零細化かつ高齢化の状況であると考えられる。卸・小売の別の割合では、全体の45.9%が「卸売業及び小売業」と、両方を行う者が最も多く、34.2%が「小売業のみ」を行う者、19.8%が「卸売業のみ」を行う者となっており、「卸売業及び小売業」が前回調査時より増えている（13.2%増）状況である（厚生労働省『平成26年度生活衛生関係営業経営実態調査』による）。

二 消費動向

我が国における、1人当たり食肉類家計消費（平成28年度）は、豚肉に9,834円、牛肉に7,189円、鶏肉に5,102円となっており、平成7年の家計消費をそれぞれ100とした場合、平成28年の家計消費では、鶏肉は156.7となっており、豚肉の157.0と同様に牛肉の75.9よりも高い伸びとなっ

ている（総務省『家計調査』に基づき、独立行政法人農畜産業振興機構が算出したデータによる）。

また、国内流通量（平成28年度）について、鶏肉（約209万トン）は、豚肉（約176万トン）や牛肉（約86万トン）を上回っている。（独立行政法人農畜産業振興機構『平成28年度我が国の食肉類流通量（推定出回り量）』による）。

一方、平成27年10月の消費者の意識調査において、鶏肉の購入頻度は、38.7%が「週に1日程度」、24.2%が「月に2～3日程度」と、合わせて約6割以上を占めているが、過年度調査（平成24～26年度調査）との比較においては、鶏肉は過年度に比べて購入頻度が減少傾向にある。また、鶏肉購入時に重視する項目については、「価格が手頃であること」が最も大きくなっており、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『食肉に関する意識調査』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としては、「価格の見直し」、「接客サービスの充実」、「広告・宣伝等の強化」及び「施設・設備の改装、更新」を挙げる声が多い（厚生労働省『平成26年度生活衛生関係営業経営実態調査』による）。

一方、食肉・食鳥肉販売業のシニア層の集客に向けた取組の具体的内容は、「シニア層向けの接客強化」23.8%、「出張・配達・送迎サービスの実施」21.8%、「シニア層に特化した商品・

サービスの提供」19.7%となっている（日本政策金融公庫『生活衛生関係営業の景気動向等調査（2014年7～9月期）特別調査結果』による）。

第二 前期の振興計画の実施状況

都府県別に設立された食鳥肉販売業の組合（平成29年12月末現在で17都府県で設立）においては、前期の食鳥肉販売業の振興指針（平成25年厚生労働省告示第86号）を踏まえ、振興計画を策定、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28年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

各組合の積極的な取組の結果、達成率の高い項目も見られるが、施設及び設備の改善に関する事業など一部の項目については達成の割合が小さくなっている。

表1 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	主な事業等
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	21%	43%	<ul style="list-style-type: none"> ・食品衛生等に関する講習会の開催 ・自主点検の実施 ・パンフレット・情報誌による情報提供
2	施設及び設備の改善に関する事業	7%	21%	<ul style="list-style-type: none"> ・円安により仕入れ価格が高騰しており、景気の先行きの見通しが立たないために施設、設備投資は慎重になっている

3	消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事業	57%	36%	<ul style="list-style-type: none"> ・適正表示マークの店頭配布 ・食鳥肉に関する料理方法等パンフレット配布 ・賠償責任保険への加入促進
4	経営管理の合理化及び効率化に関する事業	7%	71%	<ul style="list-style-type: none"> ・経営講習会、各種研修会の開催 ・販売状況の調査 ・経営相談の実施
5	営業者及び従業者の技能の向上に関する事業	29%	43%	<ul style="list-style-type: none"> ・調理技術講習会の開催 ・食鳥処理衛生管理者資格取得の促進
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	43%	21%	<ul style="list-style-type: none"> ・共同購入の実施
7	取引関係の改善に関する事業	36%	36%	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者、商社等との情報交換会の開催
8	従業者の福祉の充実にに関する事業	8%	54%	<ul style="list-style-type: none"> ・共済制度の加入促進 ・定期健康診断の実施 ・最低賃金制度の周知
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	14%	43%	<ul style="list-style-type: none"> ・後継者育成支援のための研修会等の実施 ・事例についての情報交換

10	食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事業	43%	36%	<ul style="list-style-type: none"> ・機関誌・ホームページ・パンフレット等による情報提供 ・研究会・講習会の開催
11	環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進に関する事業	8%	33%	<ul style="list-style-type: none"> ・パンフレット・エコバッグ等の作成・配布 ・食品循環資源の再生利用に関する情報提供
12	少子・高齢化社会への対応に関する事業	42%	17%	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者向けメニューの作成 ・高齢者向けメニュー講習会の開催
13	食育への対応に関する事業	46%	39%	<ul style="list-style-type: none"> ・食育に関する講習会の開催 ・保健所等による講習会への参加
14	地域との共生に関する事業	33%	50%	<ul style="list-style-type: none"> ・地域イベントへの参加 ・児童養護施設へのローストレッグ寄付

(注) データは、平成25年度から平成28年度までの評価結果を集計したものの。

なお、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年度から、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など、必要な見直し措置を講じている。

このため、組合、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、事業目標及び成果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、連合会等においては、本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、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（以下、「都道府県等」という。）は、営業者による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、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。

第三 食鳥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

食鳥肉販売業の営業者は、食鳥肉の専門店として、国民生活に欠かせない位置を占めており、家庭の食卓に欠かせない食材を新鮮かつ身近に提供する役割を果たしてきた。こうした重要な機

能を引き続き担い、国民生活の向上に貢献できるよう、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、専門店としての特性を活かし、事業の安定と発展を図ることが求められる。また、いわゆる「買い物弱者」になりやす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、共働き世帯等のニーズに的確に即応することで、食鳥肉販売業の営業者の商店街における重要な構成員としての位置付けを強化し、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。

また、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ことを受け、消費者に対して納得と安心感を提供していくため、食品表示法（平成25年法律第70号）等の関係法令を遵守し、表示の適正化を推進することが求められる。

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、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年間における営業の振興の目標

1 衛生問題への対応

食中毒（カンピロバクター等）、高病原性鳥インフルエンザ、不当表示問題等の衛生問題に対しては、営業者、保健所等衛生関係行政機関、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。）等との連携を密にして対応することが求められる。

衛生問題は、営業者が一定水準の衛生管理を行っている場合、通常、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、一旦、処理、調製、加工、流通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。

また、食鳥肉は、処理後、熟成が終わるまでの時間が短く、「朝びき」（食鳥を早朝にと殺してその日のうちに販売すること）という言葉に象徴されるように、鮮度管理を最大の特徴とする食材であることから、他の生鮮食品よりも一層の鮮度管理の徹底が求められる。

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、種類等の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。

一たび問題が発生すると、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、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、零細な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など大規模総合店舗の進出によって、商店街や小規模店舗の多くが激しい価格競争を求められるなど、営業者を取り巻く経営環境は非常に厳しい状況となっている。こうした中、営業者は、消費者のニーズや地域の世帯動向等を的確に把握した上で、以下の点に留意しつつ、競争軸となる強みを見出し、専門性や地域密着、対面販売等の独自性を発揮しながら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

食鳥肉は、鮮度の管理を最大の特徴とする食材であることから、専門店としての専門的知識やノウハウを活かし、さばきたての鶏肉等、他店よりも新鮮で付加価値を高めた商品の提供や豊富な品揃えを行うほか、低カロリー等の食鳥肉の特性を活かした惣菜の提供や、鶏肉のおいしい料理方法やメニューに関する情報提供等を行い、消費者のニーズや健康志向の高まり等に訴えるような商品づくりを進めるなど、創意工夫を積極的に行っていくことが考えられる。また、食鳥肉販売業の店舗は、通常、鶏の「一羽買い」を行っていることから、商

品ごとの売れる時間帯や曜日ごとの販売状況を把握し、適切な仕入れを行い、部位ごとの歩留まり率の状況や変化に応じて適切に処理や管理をするとともに、惣菜や惣菜半製品（消費者が購入後、加熱等の最終調理を行えば、喫食できる状態の製品）の販売等を通じて鶏の各部位を有効に活用し、廃棄ロスを減らすことは、経営効率の面でも重要である。

(2) 高齢者、障害者等への配慮

高齢化の進展により、高齢者向けのサービス需要が増大していることから、対面販売等の特性を活かしながら、高齢者のニーズにきめ細かに応じた商品や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。

また、障害者差別解消法において、民間事業者は、障害者に対し合理的な配慮を行うように努めなければならないとされていることから、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。

人口減少、少子高齢化及び過疎化の進展は、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り、「買い物弱者」が身近な買い物に不便や不安を感じることも多い。地域の営業者には、地域社会に必要な商品・サービスを提供することにより、「買い物弱者」等からの信頼を得て、中長期的な経営基盤の強化につながることを期待されるとともに、大規模総合店舗との差別化にもつながるものと期待される。

3 税制及び融資の支援措置

食鳥肉販売業の組合又は組合員は、生活衛生関係営業の一つとして、税制優遇措置及び日本政策金融公庫（以下「日本公庫」という。）を通した低利融資を受ける仕組みがある。

税制優遇措置については、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保冷車両及び共同冷凍庫の購入時や共同研修施設を建てる際など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は、組合員でない営業者が借りる場合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は、さらに低利の融資を受けることができる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。

加えて、組合の経営指導を受けている小規模事業者においては、低利かつ無担保・無保証で融資を受けることができる生活衛生関係営業経営改善資金特別貸付が設けられており、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。組合には、地域の実情に応じ、適切な振興計画を策定することが求められる。

また、組合及び連合会には、予算措置や独自の財源を活用して、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。

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、保健所等衛生関係行政機関、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が脆弱な中小零細事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、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。）、税制優遇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関係営業経営改善資金特別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、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、税制優遇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ずるとともに、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 食鳥肉販売業の振興の目標を達成するために必要な事項

食鳥肉販売業の目標を達成するために必要な事項としては、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、国民の食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鳥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としては、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、処理段階での対策の強化や生産段階との連携の強化、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。

また、近年の食品流通の更なる国際化や、食品製造の現場での外国人労働者の増加、訪日外国人観光客の増加、さらに、東京オリンピック・パラリンピックの開催等を見据えると、

我が国の食品衛生管理の水準が国際的に見ても遜色のないものであることを、国内外に示していく必要性が高まっている。今後は食品衛生管理についての制度の見直しの動向に留意する必要がある。

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、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) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生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。特に食鳥肉の鮮度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、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、事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、事業者においては、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、事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、分析し、専門性や地域密着、対面販売等の特性を踏まえ、強みを見出し、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。

- ア 自店舗の立地条件、消費者層、資本力、経営能力、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 店舗のコンセプト及び経営戦略の明確化
- カ 売上状況の把握とそれを踏まえた仕入れの管理

- キ 部位ごとの歩留まり率の把握とそれを踏まえた適切な処理や管理
- ク 商品の販売や加工状況等のデータ管理（「見える化」）の推進
- ケ 他の生鮮食品等の需給や価格動向の把握とそれに応じた計画的な仕入れと販売
- コ 経営手法、熟練技能、専門的知識の習得及び伝承並びに後継者の育成
- サ 若手人材の活用による経営手法の開拓
- シ 共同仕入れ、共同配送等の共同事業の推進
- ス 団体契約等コスト削減の取組の促進
- セ 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適確に対応し、消費者が安心して利用できるよう、商品・サービス及び店づく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 「手間」と「こだわり」による独自サービスの提供
- ③ 「顔の見える」サービスならではの消費者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、懇切丁寧な接客

- ④ 経営者自らによる消費者の要望の把握
- 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 健康志向に対応した低カロリー惣菜（ロティサリーチキン等）の提供
- ③ 食鳥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 さばきたての新鮮な鶏肉の提供、顧客にさばくところを見せる演出と信頼感の獲得
- ⑥ 中食（弁当・惣菜・惣菜半製品類）を含む新たなサービスの開発及び展開
- ⑦ 地産地消の食材を使用した商品の開発及び提供
- ⑧ お得感を訴求した商品の開発及び提供
- ⑨ 高齢者層が気軽に集える「場」の提供
- ⑩ 宅配、御用聞き等の実施（買い物弱者対策の強化）

(3) 店舗及び設備の改善並びに業務改善等に関する事項

営業者は、鮮度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、店舗及び設備の改善並びに業務の効率化等のため、具体的には、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するための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店舗、設備等の整備

オ 節電及び省エネルギーの推進

カ 作業手順の標準化・見える化やコンピュータ・情報システムの導入等による業務の合理化及び効率化

キ 都道府県指導センターなどが開催する生産性向上等を図るためのセミナー等への参加及び業務改善助成金等各種制度の活用

ク 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 インターネット等の活用による注文、予約の受付

- イ ホームページの開設等、積極的な情報発信によるプロモーションの促進
- ウ 消費者情報のデータベース化等による適切な管理
- エ 季節に応じた商品のダイレクトメールの郵送や広報チラシの配布
- オ クレジットカード決済、電子決済の導入・普及
- カ スマートフォンアプリ等を介した割引サービスの実施

(5) 表示の適正化、苦情処理等に関する事項

営業者は、消費者の食の安全及び健康志向への高まりに対応し、食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 関係法規等を遵守した適切な食材の原産地表示、食物アレルギー患者を中心とした健康被害防止を目的とした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 カロリーや塩分に関する表示
 - エ 商品の展示及び包装方法の工夫
 - オ 消費者の疑問や苦情への適確な対応（苦情対応マニュアルの作成等）
 - カ 地域の特性に応じた外国語商品表示や外国の文化に配慮（ハラール等）した表示の推進

キ 従業員に対する危機管理教育の徹底

(6) 人材育成及び自己啓発の推進に関する事項

営業者は、従業員の技術を向上させ、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、消費者管理、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、かつ良質な食材の調理及び調製を行うため、以下の事項に取り組むことが期待される。

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) サービス、店舗及び設備の改善並びに業務の効率化に関する事項

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のため、サービス、店舗及び設備の改善並びに業務の効率化に関する指導、助言、情報提供、ICTの活用に係るサポート等、必要な支援に努めることが期待される。

また、生産性向上や業務改善について、以下の事項に取り組むことが特に期待される。

ア 生産性向上や業務改善に関する成功事例集の周知

イ 関係機関が開催する生産性向上等を推進するためのセミナー等に関し、組合員に対する参加の促進等必要な協力を行うこと

(3) 消費者利益の増進及び商品の提供方法に関する事項

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、以下の事項に取り組むことが期待される。

ア 苦情相談窓口の設置

イ 商品の適正表示マニュアルの作成及び普及啓発

ウ 苦情対応マニュアルの作成及び普及啓発

エ 危機管理マニュアルの作成及び普及啓発

- オ トレーサビリティーを確保する取組の推進
- カ 生産者・生産地等の情報収集及び提供
- キ 消費者調査に基づく消費者嗜好の把握
- ク 消費者に対する食鳥肉に関する正しい知識に関する普及啓発
- ケ 消費者の要望に対応したメニュー及びサービスについての情報提供
- コ 賠償責任保険への加入促進

(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鳥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が期待される。

(5) 経営課題に即した相談支援に関する事項

営業者が直面する様々な経営課題に対して、経営特別相談員による経営指導事業に努めるとともに、これを金融面から補完する生活衛生関係営業経営改善資金特別貸付を積極的に活用することが期待される。

(6) 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、以下の事項に取り組むことが期待される。

- 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（苦情対応マニュアル研修等を含む。）

イ 技術講習会、技能コンテスト等の開催による技術水準の向上

ウ 消費者の要望に対応した商品やサービスの情報提供

(7) 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に努めることが期待される。

(8) 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、以下の事項に取り組むことが期待される。

ア 生産者・生産地等の情報収集及び処理加工業者等との連携・交流

イ 共同購入等取引面の共同化の推進

ウ 食品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

(9) 従業員等の福祉の充実に関する事項

従業員の労働条件整備及び労働関係法令の遵守に関する助言、作業環境の改善及び健康管理充実（定期健康診断の実施等を含む。）のための支援、医療保険、年金保険及び労働保険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が期待される。

また、男女共同参画社会の推進及び少子高齢化社会の進展を踏まえ、従業員の福祉の充実に努めることが期待される。

(10) 事業の承継及び後継者育成支援に関する事項

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や最新の関連税制についての情報提供並びに後継者育成支援の促進を図るために必要な支援体制の整備に努めることが期待される。

(11) 食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事項

国内外における食に関する最新の情報や行政施策の動向等について、行政機関との連携等を通じ、組合員等への適切な情報提供を図るとともに、行政施策に基づく指導・支援に努めることが期待される。

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

(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な指導、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 都道府県等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振興計画を未策定の組合に対する指導及び支援

カ 生産性向上や業務改善を推進するためのセミナー等の開催

(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 効果測定の実施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) 国及び都道府県等

食鳥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が期待される。

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 災害又は事故等における適時、適切な風評被害防止策の実施

エ 生産性向上や業務改善に関する行政の各種取組みや好事例等の周知・広報

(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 組合等と連携した経営課題の解決に資するセミナーの開催及び各種印刷物の発行による情報提供

エ 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

食鳥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、食鳥肉販売業に密接に関連する食育への対応、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、災害への対応及び従業員の賃金引上げに向けた対応といった課題に応じ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、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) ヘルシーメニューの開発・提供
- (7) 総カロリー表示、塩分量表示等の推進
- (8) 食材の原産地表示の推進

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

融資の実施等による事業者の支援

二 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、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が期待される。

- (1) 宅配、御用聞き等の実施（他の生活衛生関係営業者等との連携を含む）

- (2) 小分けや加工食品（惣菜・惣菜半製品等）の販売の実施
- (3) 積極的なバリアフリー対策の実施
- (4) 身体障害者補助犬を同伴する身体障害者等への適切な対応
- (5) 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
- (6) 従業員に対する教育及び研修の充実・強化
- (7) 地域社会とのつながりを強化する観点も含めた地域の高齢者、障害者等の積極的雇用の推進
- (8) 子育て世帯、共働き世帯等が働きやすい職場環境の整備

2 組合及び連合会に期待される役割

高齢者、障害者、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

高齢者、障害者、子育て中の者等の利用の円滑化を図るために必要な設備（バリアフリー化等）導入時に、振興事業貸付等が積極的に活用されるよう、引き続き制度の周知等を図る。

三 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鳥肉販売業の店舗の存在、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」の新たなニーズに対応し、地域のセーフティ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事が期待される。

(1) 地域の街づくりへの積極的な参加

ア 祭りや商店街による手作りイベント等共同事業の立案及び参加

イ 商店街の活性化を通じた地域生活者の「ふれあい」、「憩い」、「賑わい」の創出

(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) 商店街の空き店舗の有効的活用（子育て支援施設、高齢者交流サロン、地域ブランド品販売等へ利用）

(4) 商店街運営店主との共同経営店舗の出店、買い物代行サービス及びインターネット販売

(5) B級ご当地グルメ等地域資源を活用した地域おこし

(6) 地元農家や各種団体と連携した朝市の開催

(7) 福祉施設における食事の提供

(8) ポイントサービス事業及びスタンプ事業の実施

(9) 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

(10) 地産地消の推進

(11) 暴力団排除等への対応

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、大学等との連携活動の推進

(5) 商店街役員への食鳥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

(7) 地域、商店街活性化に資する組合活動事例の周知

3 日本公庫に期待される役割

きめ細かな相談、指導、融資の実施等による営業者及び新規開業希望者の支援

四 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冷蔵設備、空調設備、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、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) 食品ロスの削減、食品廃棄物の発生抑制
- (5) 廃棄物の最小化、再生品の利活用
- (6) 温室効果ガス排出の抑制及びフロン排出抑制関係法令の遵守

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

省エネルギー設備導入時に、振興事業貸付等が積極的に活用されるよう、引き続き制度の周知を図る。

五 災害への対応と節電行動の徹底

我が国は、その位置、地形、地質、気象等の自然的条件から、台風、豪雨、豪雪、洪水、土砂災害、地震、津波、火山噴火等による災害が発生しやすい国土となっており、継続的な防災対策及び災害時の地域支援を含めた対応並びに節電行動への取組が期待される。

1 営業者に期待される役割

- (1) 災害発生前段階における防災対策の実施及び災害対応能力の維持向上
- (2) 地域における防災訓練への参加及び自店舗等での防災訓練の実施

- (3) 地域との共生により培っている近隣住民等の安否確認や被災状況の把握及び自治体等への情報提供
- (4) 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
- (5) 災害発生時には、被災事業者のみならず事業者全体による相互扶助と連携の下での役割発揮
- (6) 災害発生時には、被災事業者の営業再開を通じた被災者へのサービスの確保・充実や地域コミュニティの復元
- (7) 従業員及び消費者に対する節電啓発
- (8) 中長期の節電に資する省エネルギー対応の設備の導入
- (9) 節電を通じた経営の合理化
- (10) 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) 事業者及び地域並びに災害種別を想定した防災対策への支援
- (2) 同業者による支え合い（太い「絆」で再強化）
- (3) 災害発生時の消費者の避難誘導などを通じた帰宅困難者防止等への取組
- (4) 節電啓発や節電行動に対する支援
- (5) 節電に資する共同利用施設（共同蓄電設備等）の設置

3 国及び都道府県等

過去の災害を教訓とした防災対策や情報収集、広報の実施等、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) 過去の災害を教訓とした緊急に実施する必要性が高く、即効性の高い防災、減災等の施策
- (2) 節電啓発や節電行動の取組に対する支援

4 日本公庫に期待される役割

災害発生時には、被災した営業者に対する低利融資の実施並びにきめ細やかな相談及び支援

六 最低賃金の引上げに向けた対応（生産性向上を除く）

最低賃金については、政府の目標として「年率3%程度を目途として、名目GDP成長率にも配慮しつつ引き上げ、全国加重平均が1000円となることを目指す」ことが示されていることから、以下に掲げる事項を中心に積極的な取組に努めることが必要である。

1 営業者に期待される役割

- (1) 最低賃金の遵守
- (2) 業務改善助成金及びキャリアアップ助成金等各種制度の活用
- (3) 関係機関が開催する最低賃金に関するセミナー等への参加を通じた最低賃金制度の理解

2 組合及び連合会に期待される役割

- (1) 最低賃金の周知

(2) 助成金の利用促進

助成金等各種制度や関係機関が開催する最低賃金に関するセミナー等の周知

3 都道府県指導センターに期待される役割

(1) 最低賃金の周知

従業員等の最低賃金違反に関する相談窓口（労働基準監督署等）の周知

(2) 助成金の利用促進

助成金等の申請に係る支援の周知や相談支援体制の整備

(3) 関係機関との連携によるセミナー等の開催

最低賃金総合相談支援センターとの連携による経営相談事業等の実施、関係機関との連携による最低賃金に関するセミナーの開催等

4 国及び都道府県等に期待される役割

最低賃金の周知

ア 事業者への周知

- ① 営業許可を行っている自治体における事業者向け講習会等の機会を利用した周知
- ② 営業許可の際に窓口で個別に周知
- ③ 関係団体だけでなく、研修会等を通じた助成金制度の周知

イ 監督の拡充

各労働基準監督署において実施する、最低賃金の履行確保を主眼とする監督指導の強化

5 日本公庫に期待される役割

従業員の賃金引上げや人材確保に必要な融資に、振興事業貸付等が積極的に活用されるよう、引き続き制度の周知等を図る。